

**ACERCAMIENTO A LAS PRÁCTICAS DE CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD  
EN LA RED SOCIAL FACEBOOK ENTRE LOS JÓVENES DE 15 A 24 AÑOS EN  
CALI: CASO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE**

**HÉCTOR ALEXANDER CORRALES ÁGREDO  
MIGUEL AUGUSTO VELÁSQUEZ LÓPEZ**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2014**

**ACERCAMIENTO A LAS PRÁCTICAS DE CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD  
EN LA RED SOCIAL FACEBOOK ENTRE LOS JÓVENES DE 15 A 24 AÑOS EN  
CALI: CASO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE**

**HÉCTOR ALEXANDER CORRALES ÁGREDO  
MIGUEL AUGUSTO VELÁSQUEZ LÓPEZ**

**Proyecto de grado para optar al título de Comunicador Social - Periodista**

**Director  
JUAN MANUEL PAVÍA CALDERÓN  
Comunicador Social (Magister en Sociología)**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2014**

**Nota de aceptación**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar por el título profesional de Comunicador Social-Periodista.**

**YENNY VIVIANA CRUZ PÉREZ**

---

**Jurado**

**ANDRÉS FELIPE GALLEGU AGUILAR**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, mayo 14 de 2014**

Con todo el cariño y amor para las personas que han hecho todo por motivarme y cumplir mis sueños. Padres, hermana, sobrina, gracias por el apoyo en todos los sentidos. Wilfran Velásquez, gracias por el ejemplo de lucha, progreso y estudio que sembraste en mí. Descansa en paz hermano mío.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios como primera medida por darnos el privilegio de cada segundo con vida.

Al Doctor Hernando Vaca Gutiérrez, por su apoyo y orientación durante el proceso de construcción de la investigación.

Al Magister Juan Manuel Pavía Calderón, por la dirección, coordinación y constante acompañamiento en los distintos momentos de la investigación.

A Leidy Jhoana Velásquez por el apoyo logístico y moral en la construcción del proyecto.

A Alejandra Guerrero y Viviana Pérez por su constante acompañamiento y apoyo moral durante el proceso de construcción y desarrollo de la investigación.

| <b>CONTENIDO</b>  |  | <b>Pág.</b> |
|---|--|-------------|
| <b>RESUMEN</b>  |  | <b>8</b>    |
| <b>1. ANTECEDENTES</b>  |  | <b>11</b>   |
| <b>2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>   |  | <b>18</b>   |
| 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA  |  | 18          |
| 2.2 FORMULACIÓN   |  | 20          |
| 2.3 SISTEMATIZACIÓN   |  | 20          |
| <b>3. JUSTIFICACIÓN</b>   |  | <b>21</b>   |
| <b>4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN</b>  |  | <b>22</b>   |
| <b>5. MARCO DE REFERENCIA</b>   |  | <b>23</b>   |
| 5.1 MARCO TEÓRICO: DE MCLUHAN, FACEBOOK Y LAS IDENTIDADES                       |  | 23          |
| 5.2 MARCO CONCEPTUAL  |  | 29          |
| 5.10 MARCO CONTEXTUAL   |  | 30          |
| <b>6. METODOLOGÍA</b>   |  | <b>33</b>   |
| 6.1 ENFOQUE MIXTO (Cualitativo y Cuantitativo) de tipo EXPLORATORIO Y ANALÍTICO |  | 33          |
| 6.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN                                      |  | 36          |
| 6.3 PROCEDIMIENTO   |  | 36          |
| <b>7. FACEBOOK Y LAS IDENTIDADES</b>  |  | <b>37</b>   |
| 7.1 LAS RELACIONES INTERPERSONALES A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL                    |  | 38          |
| 7.2 LAS DIVERSAS ESFERAS QUE SE EJERCEN DENTRO DE LA RED SOCIAL                 |  | 38          |
| 7.3 LA IDENTIDAD Y LA CULTURA   |  | 39          |
| 7.4 IDENTIDADES EN FACEBOOK: EL PERFIL DEL USUARIO                              |  | 41          |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>8. FACEBOOK Y SUS PARTES</b>   | <b>42</b> |
| <b>8.1 CARACTERIZACIÓN DE LAS PARTES DE FACEBOOK</b>  | <b>42</b> |
| <b>9. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE PRÁCTICAS EN FACEBOOK</b>   | <b>46</b> |
| <b>9.2 ANÁLISIS DE ESTUDIO DE CAMPO</b>   | <b>52</b> |
| <b>9.3 PERFILES ANALIZADOS DE USUARIOS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK:<br/>CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A TRAVÉS DE PRÁCTICAS</b> | <b>62</b> |
| <b>10 CONCLUSIONES</b>  | <b>75</b> |
| <b>11 RECURSOS</b>  | <b>78</b> |
| <b>11.2 TALENTOS HUMANOS</b>  | <b>78</b> |
| <b>11.3 RECURSOS MATERIALES</b>   | <b>78</b> |
| <b>11.4 CUADRO DE PRESUPUESTOS</b>  | <b>78</b> |
| <b>12 CRONOGRAMA</b>  | <b>79</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>   | <b>80</b> |
| <b>ANEXOS</b>   | <b>82</b> |

## RESUMEN

Actualmente el mundo está articulado a las tecnologías contemporáneas que van encaminando la sociedad hacia nuevas prácticas que se acomodan a los avances tecnológicos que en el día a día se presentan. Con los avances de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) se muestran nuevas condiciones que llevan a que los usuarios de la Internet y sus ciber-espacios creen técnicas de comunicar y de representar.

Por medio de esta investigación se quiso establecer qué prácticas de construcción de identidad ejercen los jóvenes en la actualidad en Facebook. Además, a partir de una metodología de enfoque cualitativo se pueda reconocer un común referente de dichas prácticas sociales de estos individuos. No se pretende ser un ojo fiscalizador, sino un lente que permita a jóvenes y padres de familia saber dónde se encuentran y según las tendencias virtuales, hacia dónde se dirigen con relación al tema de identidad.

Luego de comprender cómo funcionaba la construcción de identidad por parte de los individuos en la sociedad, se realizó una recolección de resultados de trabajos realizados sobre el objeto de estudio y se analizaron comportamientos que pudieran ser deducidos como prácticas de construcción de identidad por parte de ellos. De esta manera, se logra concluir el proyecto, sacando unas deducciones acorde a la pregunta problema y en especial a los objetivos planteados al inicio de la investigación.

El proyecto gira entorno a las siguientes palabras claves que permitieron enfocar el estudio y el alcance de los objetivos planteados, las cuales son:

**Palabras Claves:** Construcción de identidad, usuarios, signo, símbolo, prácticas, cultura, comunidades virtuales, redes sociales, tecnologías de la información y la comunicación, máscaras y contextos virtuales (espacios intangibles).



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo fue desarrollado en la ciudad de Cali por los estudiantes de comunicación Social - Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente, Miguel Augusto Velásquez López y Héctor Alexander Corrales Ágredo. A través de la evolución de la red social Facebook durante, se investigaron cuáles han sido las prácticas que se han llevado a cabo en este sitio virtual como una forma de construcción de identidad por parte de los usuarios entre los 15 y los 24 años de edad en Santiago de Cali en la red social Facebook, caso Universidad Autónoma de Occidente, por lo cual se aplicó encuesta a 100 personas, entrevistas a 10 personas, un grupo focal a 10 personal y un seguimiento durante una semana a la actividad de 20 personas en su red social. Esto se realizó con el fin de tener un acercamiento sobre las prácticas que estos usuarios ejercen desde sus perfiles de Facebook.

Actualmente el mundo está articulado a las tecnologías contemporáneas que van encaminando la sociedad hacia nuevas prácticas que se acomodan a los avances tecnológicos que en el día a día se presentan. Con los avances de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) se muestran nuevas condiciones que llevan a que los usuarios de la Internet y sus ciber-espacios creen técnicas de comunicar y de representar.

Por medio de esta investigación se quiso establecer qué prácticas de construcción de identidad ejercen los jóvenes en la actualidad en Facebook. Además, a partir de una metodología de enfoque cualitativo se pueda reconocer un común referente de dichas prácticas sociales de estos individuos. No se pretende ser un ojo fiscalizador, sino un lente que permita a jóvenes y padres de familia saber dónde se encuentran y según las tendencias virtuales, hacia dónde se dirigen con relación al tema de identidad.

En este sentido la investigación tuvo inicio con una evaluación del estado del arte existente hasta el momento, correspondiente al tema de los comportamientos de las comunidades dentro de la red social Facebook. Se enmarcó la búsqueda dentro de unas palabras claves como Cultura, Sociedad, Comunidad, Prácticas virtuales entre otras. La exploración se llevó a cabo en las bibliotecas de las universidades Autónoma de Occidente, Santiago de Cali y Universidad del Valle.

Luego de tener un referente sobre las investigaciones afines con la pregunta problema de este proyecto, se dio inicio a una búsqueda de referentes teóricos que permitieran sentar la investigación dentro de unas bases sólidas y ante todo,

ayudara a tener una noción clara sobre el significado de términos como Cultura, Identidad, Prácticas, Sociedad, Facebook y los comportamientos de las masas en una red social virtual.

Dentro de los referentes teóricos con mayor influencia en la elaboración de la investigación, se destacan Tzvetan Todorov, Erving Goffman, Jesús Martín Barbero, Stuart Hall, Peter Berger y Thomas Luckmann entre otros referentes que asumen la temática de las sociedades virtuales y permiten articular los temas de la identidad dentro de un espacio intangible como lo es la red social Facebook.

Luego de comprender cómo funcionaba la construcción de identidad por parte de los individuos en la sociedad, se realizó una recolección de resultados de estudios realizados sobre el objeto de estudio y se analizaron comportamientos que pudieran ser deducidos como prácticas de construcción de identidad por parte de ellos.

De esta manera, luego de cruzar teoría con estudios de campo, se logra tener un acercamiento sobre el comportamiento de los usuarios de la red social a manera de comunidad y las posibles razones y herramientas que utilizan para ir forjando una imagen de sí mismos dentro de un espacio intangible.

Esta investigación se ha realizado con usuarios de la red social Facebook dentro de la Universidad Autónoma de Occidente, ya que desarrollar un trabajo investigativo de esta magnitud que cubra un análisis de toda la ciudad, tendría requerimientos económicos y de tiempo mucho más extensos. Aun así, se arrojan datos y resultados de gran importancia.

## 1. ANTECEDENTES

“Si las políticas sobre juventud no se hacen cargo de los cambios culturales que pasan hoy decisivamente por los procesos de comunicación e información están desconociendo lo que viven y cómo viven los jóvenes, y entonces no habrá posibilidad de formar ciudadanos, y sin ciudadanos no tendremos ni sociedad competitiva en la producción ni sociedad democrática en lo político”.

Jesús Martín Barbero

El filósofo y académico español Jesús Martín Barbero<sup>1</sup> expuso a través de un documento, su punto de vista en cuanto a las juventudes y el uso que le dan a las redes sociales. En este escrito se encuentra la intención notable en el autor, por dar a conocer la importancia de comprender que la sociedad estaba en camino a un cambio radical y que eran precisamente las comunidades jóvenes las que estaban en el ojo del huracán de este cambio y mediante las cuales se manifestaría en los próximos años al mundo.

Según lo expuesto por el autor, eran las juventudes quienes llevarían a la sociedad por ese cambio debido a las nuevas concepciones y representaciones sociales. Hay que comprender que las conferencias arrojadas por este autor datan de la década de 1.990, momento para el cual las prácticas culturales llevadas a cabo con el deporte, la música y los grupos sociales.

En la intención del autor por mostrar la relevancia de los fenómenos sociales que se estaban presentando y vaticinar una época de cambio para la cual se debían tomar medidas de salvamento social precisamente desde las comunidades nuevas, intenta explicar que el método por el cual se deberían soltar los salvavidas sería comprender como primera medida cómo vivían los jóvenes de esa época, sus costumbres, sus prácticas y así, empezar a formarlos como ciudadanos, precisamente para tener pobladores en un futuro, que sean competitivos en producción y democráticos en política.

Es evidente que el cambio al cual hacía referencia Martín Barbero se hace cada vez más evidente en la actualidad. Y es clara la relevancia que tenía comprender desde un principio cómo vivían las juventudes ese cambio a través de las prácticas y los nuevos artefactos que les entregaba la modernidad.

---

<sup>1</sup> MARTÍN BARBERO, Jesús. Jóvenes: comunicación e identidad. (En línea) Revista virtual: Pensar Iberoamérica. Febrero del 2002. (Consultado 13 de septiembre del 2013). Disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

Pero vale la pena articular todo el tema del cambio social en los últimos años con los nuevos estilos de vida adoptados por las comunidades cibernautas –en cierta medida, fenómeno que anunció Martín Barbero- y analizar los cambios en el lenguaje, las maneras de representación y las formas de comunicación que ha traído consigo la inmediatez y creación de espacios intangibles a través de una red social como el Facebook.

Se trabaja también con un texto de Adolfo Perinat, llamado Notas Sueltas Sobre Signo, Significado y Símbolo, sobre el cual se toma reseña de cómo funcionan estos tres conceptos dentro de un grupo social y se articula su inferencia en la construcción de identidades y sentido. Este texto parte de la manera simple de la ejemplificación de una situación, mediante la cual un adulto intenta hacerse comprender de un niño a través de los conceptos de Símbolo, Significado y Signo. Esto fue muy útil en la categorización de la información que se recolectó por parte del grupo estudiado, desde el propio trabajo de campo.

Con el texto Funciones y Sentidos de la Cultura del autor Anthony Sampson, se pretende enfatizar y esclarecer el término cultura, cómo nace y cómo influye en la vida del sujeto y en sus distintas maneras de actuar e interactuar dentro de un grupo social. A partir de este autor, se intentará tener una noción sobre el concepto de cultura y las prácticas que enmarcan la misma dentro de un grupo social. Los distintos comportamientos del grupo, que pueden ser catalogados como prácticas de construcción de una identidad en el marco de una cultura.

Manuel Castells hace un recuento de la evolución tecnológica en el desarrollo de la sociedad con su publicación La Sociedad Red, enfatizando en el siglo XX especialmente a partir de la Segunda Guerra Mundial. Explica los sucesos que llevaron a E.E.U.U. a ser una de las fuentes de desarrollo tecnológico mundial y expone los móviles del fenómeno.

En un inter título de esta publicación, Castells se centra en el fenómeno de desarrollo tecnológico en el campo social y rescata el término de Paradigma Tecnológico<sup>2</sup>, una noción trabajada por autores allí mismo enunciados (Carlota Pérez, Christopher Freeman y Giovanni Dosi) a partir de la cual, se logran rescatar cinco características de dicho paradigma: La primera, que las tecnologías actuales se encuentran centradas para el manejo de la información; la segunda hace referencia a la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías; como tercera medida, se habla de la interconexión social que se está presentando

---

<sup>2</sup> CASTELLS, Manuel. LA SOCIEDAD RED. Alianza Editorial 1999. Pag-88

con estos avances; posteriormente se menciona una tecnología basada en la flexibilidad y susceptible a cambios; por último, se habla de la convergencia de tecnologías que conforman un sistema integrado.

Uno de los aspectos más interesantes en este análisis que hace Castells, es que adopta el término interacción para referirse al uso que se le está dando a las nuevas tecnologías.

En el libro *La Galaxia Gutenberg*<sup>3</sup>, Marshall McLuhan introduce el término de la Aldea Global con lo cual intenta describir y hacer referencia a las consecuencias que está trayendo para la humanidad la inmediatez de la información a nivel global, las cuales tienen como principal herramienta los medios electrónicos. McLuhan adopta el pensamiento de que percibir a las personas a través de los sentidos (vista y oído) como si se encontraran en frente aun cuando están lejos, puede ser analizado a manera de un fenómeno propio de una aldea pequeña. Esta tergiversación de sentido conlleva a que las personas empiecen a sentir propios los conflictos, hechos y personas que se encuentran lejos y se distorsionan las percepciones espaciales y temporales. A partir de allí se funda el autor para proponer que los medios de comunicación están haciendo del mundo una aldea global.

Esta percepción sirvió para analizar el comportamiento de las personas en una red social. Si bien McLuhan hizo referencia a los medios masivos como la televisión, la radio y la prensa, la internet ha logrado integrar todos estos medios (Radio o audio, televisión o videos y prensa) en uno solo y se ha expandido a nivel mundial.

Finalmente, se halló un documento del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM publicado en internet, el cual hace una recuperación académica sobre los postulados sociológicos de Pierre Bourdieu<sup>4</sup>. Esta publicación ayuda a comprender cómo Bourdieu concebía lo que él denominaba un espacio social y las características que lo rodean. A través de esto se logra percibir cómo dentro de un grupo social se pueden ver reflejados aspectos como la jerarquía y el poder sobre los demás individuos. Esto se llevará al espacio virtual de la red social Facebook.

---

<sup>3</sup> MCLUHAN, Marshall. *LA GALAXIA GUTENBERG*.. Editorial Aguilar de España. 1969. Pag. 88

<sup>4</sup> GIMÉNEZ, Gilberto. *La sociología de Bordieu*, Instituto de investigaciones de la UNAM. (En línea) Consultado 14 de enero del 2014. Disponible en:  
<http://www.paginasprodigy.com/peimber/BOURDIEU.pdf>

En el desarrollo de esta investigación se toman autores como Stuart Hall, Peter Berger y Thomas Luckmann, que permiten tener una noción clara sobre los procesos de construcción de identidad a través de prácticas. A la par, se retomarán estudios de Pierre Bordeau y Tzvetan Todorov que apoyen el concepto de la elaboración de una imagen identitaria. Así mismo, se abordarán estudios sobre las comunidades de Facebook que den posturas sobre comportamientos de comunidades de usuarios en entornos virtuales.

Entre los antecedentes también se pueden nombrar estudios que hacen alusión al tema que se trabaja en esta investigación, uno de ellos es, „Análisis descriptivo de cómo inciden las CMC (Comunicación Mediada por Computadora) en las interacciones comunicativas en Facebook de los jóvenes entre 18 y 24 años”<sup>5</sup>. Este es un trabajo de grado realizado en el año 2008 por 3 estudiantes de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente (Karina Feijóo Gómez; Nadya Katherine Hernández; Adriana Hoyos Sánchez).

Esta investigación tiene como pregunta problema ¿Cómo inciden las CMC en las interacciones comunicativas en Facebook de los jóvenes entre 18 y 24 años?, para llegar a tener una respuesta sobre este interrogante, los investigadores realizaron una serie de tareas como fichas de observación en trabajo de campo; vista y análisis de barras de aplicación de la red social; entrevistas con usuarios de la red social entre el rango de edad estipulado, enmarcadas en un enfoque investigativo con metodología cualitativa.

Dentro de la bibliografía utilizada en esta investigación, y que resulta interesante para adoptar en el desarrollo de este proyecto, se encuentran los autores Castells Manuel; Martínez Ojeda Betty; Galindo Cáceres Jesús.

En uno de los párrafos que estipulan en las conclusiones de esta investigación, se destaca el siguiente: “El estudio permitió señalar características de las redes sociales –específicamente en Facebook- donde se dieron a conocer cambios en el aspecto formal de la comunicación, referido primordialmente a los contenidos, prácticas, funciones comunicativas, y a las formas expresivas de los individuos. Hecho que llevó a redefinir los conceptos de tiempo y espacio”.

---

<sup>5</sup> FEIJOO, Gómez Karina. Análisis descriptivo de cómo inciden las CMC (Comunicación Mediada por Computadora) en las interacciones comunicativas en Facebook de los jóvenes entre 18 y 24 años”. Universidad Autónoma de Occidente. Año 2008.

Este documento es de gran apoyo para el trabajo que se aborda, ya que muestra las formas como las comunidades han logrado cambiar o modificar sus maneras de interactuar en un nuevo contexto. Además, da a conocer la adaptación de un grupo social al cambio generado en la concepción de tiempo y espacio, fenómeno al que se le ha dado el concepto de Ciber-Espacio.

Otra investigación que ayuda como antecedente y se acerca a lo que se buscaba con esta indagación, es „Red social virtual en el desarrollo de la identidad del adolescente universitario“<sup>6</sup>. Este es un trabajo realizado por 2 estudiantes de la Universidad Santiago de Cali en el año 2012.

Esta investigación nace con el fin de analizar un fenómeno reciente en las comunidades adolescentes de la ciudad con respecto a la utilización de la Internet y en especial de las redes sociales como Hi5, Facebook y Messenger. A partir de allí se desarrolla la recolección de información y análisis.

Dentro de su marco conceptual se encuentran palabras claves como Juventud, ciudad y sociedad, Tecnología e Identidad. Esta investigación presenta metodología cualitativa.

En los párrafos que concluyen y dan resultados de la investigación cabe rescatar el siguiente: “Existe un vínculo entre las redes sociales y la creación de identidad en los adolescentes, donde las redes sirven como un vehículo de retroalimentación tanto de sí mismo como de las relaciones interpersonales”.

Esta investigación aporta ideas en cuanto a la creación de identidad dentro de un espacio intangible o virtual. Da cuenta de los comportamientos de los usuarios adolescentes en las redes sociales y la manera en que adoptan las posibilidades y opciones de este espacio para hacerse notar, ver a los demás y crear una interacción socio-virtual.

También se obtuvo un estudio realizado por el Instituto de Estudios de la Educación de la Universidad del Norte llamado „Identidad y Subjetividad en las

---

<sup>6</sup> GARCÍA, Rentería Shester Andrés. MINA, Rentería Laura Jazmín. Red social virtual en el desarrollo de la identidad del adolescente universitario. Año 2010.

redes sociales virtuales: Caso de Facebook<sup>7</sup>, desarrollado por los autores Daniel E. Aguilar Rodríguez y Elías Said Hung. Este estudio centra su interés en la creación y re-formulación de subjetividad e identidad en las redes sociales virtuales en especial, la red social Facebook, aspecto que es de gran apoyo para la construcción y resolución de la pregunta problema.

Posteriormente se hace referencia a un trabajo de investigación realizado por la Universidad Complutense de Madrid (España) por María Dolores Cáceres, Juan A. Ruiz San Román y Gaspar Brandle<sup>8</sup>. Este trabajo se enfoca principalmente en las distintas subjetividades de las comunidades jóvenes al hacer parte de un espacio virtual. En este sentido, se hace énfasis en tópicos como la comunicación interpersonal, la identidad, la comunicación con mediación tecnológica etc.

La investigación „La influencia de Twitter y Facebook en los adolescentes de 16 a 18 años de edad de 6to semestre de bachillerato de la UVM Campus Tuxtla“<sup>9</sup> realizada a un grupo de jóvenes entre los 15 y los 18 años en la UVM Campus Tuxtla de México, revela ciertos comportamientos de los individuos del segmento analizado frente a las redes sociales como Facebook y Twitter como que los principales motivos del uso de las redes sociales son informarse y divertirse.

En esta investigación se tomaron otros estudios referentes, como unas estadísticas sobre la red social Facebook publicadas en la revista „Avisos Efectivos“ en el año 2011 en la cual se revela que el 46% de los usuarios son hombres y un 54% son mujeres. En el mismo estudio se muestra que el 41% de los usuarios entran a la red social todos los días y que un 12% actualizan sus estados a diario. Se revela además que si Facebook fuera una nación, sería la cuarta con mayor población del mundo después de la China, India y EE.UU. Pero quizá uno de los datos más llamativos para esta investigación, es la que muestra que más de un 30% de la población de usuarios de la red social Facebook, se encuentra en el rango de edad de los 18 a los 24 años.

---

<sup>7</sup> AGUILAR RODRIGUEZ, Daniel. SAID HUNG, Elías. Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales Virtuales: Caso Facebook. 2010. (En línea) Fecha de consulta: 16 de mayo del 2013 Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1145-3034-1-PB.pdf>

<sup>8</sup> La influencia de Twitter y Facebook en los adolescentes. (En línea) Consultado 20 de agosto del 2013. Disponible en: <http://www.articulosya.com/article/7769/la-influencia-de-twitter-y-facebook-en-los-adolescentes-de-16-a-18-anos-de-edad-de-6to-semestre-de-bachillerato-de-la-uvm-campus-tuxtla.aspx>

<sup>9</sup> La influencia de Twitter y Facebook en los adolescentes. (En línea) Consultado 20 de agosto del 2013. Disponible en: <http://www.articulosya.com/article/7769/la-influencia-de-twitter-y-facebook-en-los-adolescentes-de-16-a-18-anos-de-edad-de-6to-semestre-de-bachillerato-de-la-uvm-campus-tuxtla.aspx>



Es de esta forma como se ha centrado la investigación en una serie de estudios y autores que permitirán tener unas bases más sólidas en la búsqueda de un resultado efectivo.

## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“Una de las características de los procesos de digitalización en el momento presente es que afectan no solo a los sistemas de acceso e intercambio de información, sino también a las relaciones intersubjetivas y a la comunicación interpersonal.”<sup>10</sup>

María Dolores Cáceres

### 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al abrir una cuenta en la red social Facebook, se requiere dar una serie de datos como el nombre, fecha de nacimiento, sexo, religión, profesión, inclinación sexual y otros. Previo a que se le activa su nuevo espacio. Muchos de estos datos serán exhibidos en la página personal o muro de quién está abriendo su sitio en la red social. Los datos que aquí se requieren, no se encuentran sometidos a ningún filtro de comprobación, por lo cual, es posible activar una cuenta en la red social con datos falsos e intentar crear una identidad falsa para este entorno virtual. A raíz de esto, se puede encontrar que es común mostrarse de una manera totalmente distinta en la red social a la realidad, con distintos fines ligados a cada particularidad personal.

De acuerdo con el documento anteriormente citado de María Dolores Cáceres, los procesos de digitalización, los cuales se pueden relacionar con las actuales tecnologías de la información y la comunicación (TIC), están influyendo no sólo en los mecanismos de acceso e intercambio a la información, sino también a las relaciones interpersonales que en este tipo de espacios se están llevando a cabo. De acuerdo con el artículo virtual Identidades Sociales<sup>11</sup>, se hace referencia a creación de identidad al intercambio de discursos personales como quiénes somos y quiénes son los demás. Es referente a las similitudes y diferencias existentes en los sujetos pertenecientes a un grupo social.

A partir de lo anterior, se centra la búsqueda de prácticas que concuerden con la construcción de identidades dentro de la red social Facebook. La página

---

<sup>10</sup> CÁCERES María Dolores. Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. Universidad Complutense de Madrid. 2009. Pag- 2

<sup>11</sup> Identidades Sociales. (En línea) Consultado 12 de diciembre del 2012. Disponible en: <http://identification.hypotheses.org/temas-de-investigacion-research-topics/identidades-sociales>

comScore<sup>12</sup> reveló además, que en América Latina, los usuarios de la Internet se inclinan más a ser personas jóvenes comprendidas en una brecha entre los 15 y 35 años de edad. Y así mismo, que “los usuarios entre los 15 y los 24 años de edad son los que más utilizan el internet dentro de este mismo grupo etario”.

Igualmente, la página comScore reveló que de este masivo grupo consumidor de Internet, el 90% es usuario de redes sociales, llevándolo a la primera categoría en el continente. También muestra que el 90% de los colombianos que utilizan Internet, son usuarios de redes sociales. Mientras el promedio diario de horas en redes sociales en el mundo es de 5.7, en Latinoamérica es de 7.0 horas. Colombia es el séptimo mercado más importante en producción de Facebook a nivel mundial y la categoría de registro fotográfico ha sido la de mayor incremento con el paso del tiempo, lo cual puede ser analizado como un fenómeno social.

Jesús Martín Barbero en la revista virtual „Pensar Iberoamérica“<sup>13</sup> visibiliza un problema social sobre el desconocimiento de la vida que está llevando a cabo la juventud. Él centra la atención en los jóvenes como la parte esencial de la sociedad del futuro, para lo cual el plantea el problema que prevé por medio de dos preguntas: ¿Hay algo realmente nuevo en la juventud actual? Y si lo hay, ¿cómo pensarlo sin mixtificar tramposamente la diversidad social de la mocedad en clases, razas, etnias, regiones?

De esta manera, se empieza a ver la utilización de Internet en especial de redes sociales, como un fenómeno que puede traer ciertas alteraciones de tipo social, o al menos así lo da a entender Rocío Rueda Ortiz en su documento „Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciber-ciudadanías emergentes“<sup>14</sup> con el cual plantea la posibilidad del surgimiento de nuevas comunidades haciendo referencia a la población virtual. Cuando se habla de comunidades emergentes, se está tratando directamente con los grupos virtuales que se comportan de

---

<sup>12</sup> ComScore. comScore y Facebook publican el estudio europeo sobre el alcance de los medios de comunicación sociales y su efectividad. (En línea). Consultado julio 2013.

Disponible en:

[http://www.comscore.com/esl/Press\\_Events/Press\\_Releases/2012/7/comScore\\_and\\_Facebook\\_Release\\_European\\_Insights\\_About\\_Earned\\_and\\_Paid\\_Media\\_Reach\\_and\\_Effectiveness](http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2012/7/comScore_and_Facebook_Release_European_Insights_About_Earned_and_Paid_Media_Reach_and_Effectiveness)

<sup>13</sup> MARTÍN BARBERO, Jesús. Jóvenes: comunicación e identidad. (En línea) Revista virtual: Pensar Iberoamérica. Febrero del 2002. (Consultado 13 de septiembre del 2013). Disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

<sup>14</sup> RUEDA ORTIZ, Rocío. Apropiación social de las tecnologías de la información: ciberciudadanías emergentes. (En línea) Página de la Universidad Santiago de Cali. Diciembre del 2005. (Consultado 15 de febrero del 2014). Disponible en: <http://investigacion.ilce.edu.mx/tyce/41/art2.pdf>

manera similar a un colectivo social, solo que bajo un espacio virtual intangible como puede ser una red social.

## **2.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA**

¿Qué prácticas de construcción de identidad son perceptibles en usuarios de la red social FACEBOOK con edades entre los 15 y los 24 años en la ciudad de Cali?

## **2.3 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

¿Qué elementos se pueden utilizar para construir identidad en Facebook?

¿Qué se publica en Facebook y de qué formas?

¿Con qué frecuencia hay actividad en Facebook por parte de jóvenes entre los 15 y 24 años de edad de Cali?

### 3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se hace con el fin de identificar prácticas de construcción de identidad que se evidencian en jóvenes entre 15 y 24 años que pertenecen a la red social Facebook y pertenecen a la Universidad Autónoma de Occidente -Cali. Esta pretende por medio de un ejercicio académico y una metodología cualitativa, analizar sus distintos perfiles y encontrar similitudes y diferencias con relación a lo que han construido en su perfil, a través de fotos, comentarios, tendencias, eventos y demás aspectos de información con los cuales de manera interdisciplinaria (Comunicación Social, Sociología, Semiótica y Psicología) se pueda establecer que tan cerca o lejos está esa proyección de lo que son estos individuos en la vida real y/o virtual.

El grupo de investigadores cree que este proyecto puede servir como punto de referencia para que padres de familia detecten a tiempo problemas de comunicación con sus hijos, socialicen temas de orden sociocultural e interpersonal con ellos, evalúen procesos de formación familiar y/o académica, o también se convierta para ellos en un lente de referencia de las prácticas **socio-virtuales** de los jóvenes caleños.

La investigación nace con el fin de analizar un fenómeno reciente en las comunidades adolescentes de la ciudad con respecto a la utilización de la Internet y en especial de la red social Facebook. Además, se plantea la posibilidad de que exista un vínculo entre las redes sociales y una construcción de identidad en los adolescentes, en el cual las redes sirven como un vehículo de retroalimentación tanto de sí mismo como de las relaciones interpersonales.

Se pretende con esta investigación dar a conocer las técnicas o formas de interacción social y comunicación que se están presentando en la red social Facebook, en especial en las comunidades jóvenes.

## **4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

**4.1 Objetivo General:** Analizar las prácticas de construcción de identidad que se pueden percibir en usuarios de la red social FACEBOOK entre los 15 y los 24 años de edad en la Universidad Autónoma de Occidente -Cali.

### **4.2 Objetivo Específicos:**

Caracterizar los elementos desde los cuales los usuarios configuran su identidad en la red social Facebook. Caso jóvenes entre los 15- 24 años de la ciudad de Cali, específicamente en la Universidad Autónoma de Occidente, con un diseño metodológico cuantitativo.

Examinar contenidos que publican los jóvenes entre los 15 – 24 años de edad de la Universidad Autónoma de Occidente que viven en Cali, en la red social Facebook.

Registrar las actividades que los jóvenes entre los 15 – 24 años de edad de la Universidad Autónoma de Occidente o que viven en Cali, socializan en la red social de Facebook.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1 MARCO TEÓRICO: DE MCLUHAN, FACEBOOK Y LAS IDENTIDADES

Uno de los referentes teóricos más importantes que fundamentan el desarrollo y el análisis de esta investigación es el filósofo, erudito y educador canadiense Marshall McLuhan. De este profesor de literatura inglesa, crítico literario y teórico de las ciencias de la comunicación; fundador del estudio sobre los medios y visionario de la evolución del manejo de la información, tomamos aspectos claves para dar bases al análisis de las prácticas de construcción de identidad en la red social Facebook por parte de jóvenes caleños entre los 15 y 24 años de edad.

Para comprender mejor cómo se lleva a cabo el proceso de la comunicación y posterior construcción de identidad dentro de la red social Facebook por parte del segmento elegido, es pertinente tener en cuenta ciertos postulados de McLuhan. Como primera medida tomamos la frase de dicho autor en la cual afirma que **“El medio es el mensaje”**. Con esto podemos comprender que el autor afirma que el mensaje no es tan importante en sí como lo es el medio y/o el contexto en el cual se lanza.

Con la aparición de la red social Facebook, se ha dado paso a un nuevo medio de interacción social que es utilizado por millones de personas a nivel global. De esta forma, se da paso a unas prácticas sociales y nuevas formas de comunicación interpersonal, con lenguajes y estilos propios del medio y que a su vez han transformado el espacio de interacción que hasta hace unos años era bajo un plano presencial, hacia un espacio virtual, un espacio intangible pero habitable. Estilos de lenguaje como el uso de emoticones que son significantes de una diversa gama de estados que se quieren representar.

**Figura 1. Ilustración Lenguaje Iconográfico de Facebook**



Facebook noticias. (En línea). Consultado: abril del 2013. Disponible en:  
<http://facebooknoticias21.blogspot.com/2012/05/emotiones-facebook.html>

Las formas de identificarse, de representarse a sí mismo, también se ven transformadas dentro del espacio virtual de la red social. Los usuarios se van adaptando a una comunidad en la cual la comunicación interpersonal se lleva a cabo de maneras distintas y los mensajes que el individuo envía hacia la esfera social del medio, se ven adecuados a las herramientas que se sirven para enviar mensajes propios de acciones que sirven para referenciar la compleja labor de la construcción de una identidad como sujeto.

De algún modo, la limitación que existe en la red social para que los usuarios tengan una comunicación interpersonal cara a cara, genera una amplia brecha entre la realidad tangible y la realidad virtual de la persona, por lo cual, es muy difícil autenticar la veracidad de la información que se plasma en los perfiles de los usuarios, lo cual es un riesgo dentro del espacio social para la comunidad virtual de la red social. Esta carencia dentro de la comunidad virtual de la red social, propicia que los individuos puedan crear seres ideales a mostrar; sujetos abundante de virtudes y carente de defectos.



**Figura 2. Ilustración Realidad Virtual**



Bunkerpop. (En línea). Consultado marzo del 2014. Disponible en: <http://bunkerpop.mx/lo-ultimo/las-20-mentiras-mas-comunes-en-facebook/>

Es claro entonces que la red social Facebook es un espacio virtual que reforma o modifica aspectos propios de una interacción interpersonal. Así se hace evidente la afirmación de McLuhan. En la red social Facebook el medio es el cual le da relevancia y lugar al mensaje. El comportamiento de los usuarios dentro de la red social, se ve influenciado por los parámetros que el espacio virtual impone. Cada usuario construye una identidad dentro de lo que la red social estipula per se.

**Figura 3. Ilustración Foto Facebook.**



Nocturnar foro. (En línea). Consultado: enero del 2014. Disponible en: <http://www.nocturnar.com/forum/discusiones-generales/618988-mentiras-facebook.html>

Para comprender el comportamiento de los usuarios dentro de la red social y conocer cómo funcionan las construcciones de identidades en este espacio virtual,

es relevante estudiar primero el medio, saber cuál es la dinámica del manejo de un perfil dentro de la red social y luego analizar el comportamiento del segmento a investigar. Cuando se logra comprender el medio, se está a un paso de comprender el porqué de los mensajes. En otras palabras, analizando y comprendiendo cómo funciona la red social, se podrán comprender los mensajes de interacción que los usuarios envían en el espacio virtual.

Otro término de McLuhan que se abordará para comprender mejor el comportamiento de los usuarios de la red social, es el de la “**Aldea Global**”. Con este término, el autor pretende explicar las consecuencias de carácter social y cultural de la inmediatez en la comunicación propiciada por los medios electrónicos de comunicación que estimulan la información mundial. El término aparece varias veces en la obra del autor llamada „The Gutenberg Galaxy”. McLuhan hace la analogía de los tiempos de las pequeñas aldeas, al referirse al hecho de ver y oír constantemente a personas como si se estuviera en el momento y lugar donde ocurre exactamente.

Aunque el autor hacía referencia directa a los medios masivos de comunicación que en ese momento tenían su auge (Radio, Televisión, Cine etc.) la noción es totalmente válida con los medios de comunicación actuales y en especial, con la articulación que a continuación se hará en referencia a la red social Facebook.

La „Aldea Global” a la cual hacía referencia McLuhan, es evidente en la red social Facebook. Desde las gráficas de la página de inicio de la red social, queda clara la intención de hacer una conexión global entre las personas. Crear un medio en el cual no existan cohibiciones de tipo físico. No existen las distancias para la red social. Personas que viven en otros países e incluso en otros continentes, pueden estar en constante contacto virtual a través de la red social Facebook.

**Figura 4. Ilustración Portada Facebook**



Unusuario. (En línea). Consultado: mayo del 2014. Disponible en:

<http://unusuario.com/2011/10/tener-facebook-puede-traer-problemas.html>

Facebook en calidad de red social, permite al usuario construir un prototipo de persona en su perfil, el cual será elaborado como con un sentido publicitario, ya que se intenta mostrar una imagen del sí mismo, que sea atractiva, que se destaque, que se identifique ante la comunidad dentro de la red social. Aunque hay casos de excepción, el objetivo principal de la red social es dejarse encontrar por sus similares y posteriormente crear una interacción con ellos, entregando la mejor imagen de cada quien.

El origen del Facebook como una red social de cobertura exclusivamente escolar, obligaba a sus usuarios a crear un perfil con identidad verídica, ya que era proporcional a un estado tangible, cada información plasmada en el perfil era verificable por la limitación de la red social en ese momento. Poco a poco cuando se percataron de la posibilidad de expandir la red social, esta facultad dentro de la misma se fue perdiendo, llegando a tal punto en el que existen usuarios que suelen sostener dos o más perfiles distintos dentro de la red social.

El uso masivo de las redes sociales como el Facebook, evidencia el uso libre y desmedido de la Internet y el hecho de intentar conocer y hacerse conocer a través de un espacio virtual, intangible o ciberespacio. El dominio público del ciberespacio ha permitido que se eliminen las barreras físicas entre las personas. Lo que antes parecía una utopía en cuanto a mantenerse en contacto con personas de otras partes del mundo y que se limitaba solo a quienes podían viajar constantemente, ahora se ha relegado, ya que con el uso de las redes sociales a través de la Internet, el mundo está al alcance de los usuarios.

Si bien dentro del ejercicio de la comunicación el espacio y especialmente el contexto en el cual se ejerce tiene gran relevancia, esta condición debe ser evaluada nuevamente y considerar las alteraciones que se pueden sufrir en cuanto a redes sociales dentro de un espacio intangible. Para <sup>15</sup>Pierre Bourdieu, la posibilidad de la interacción entre personas, la determina el espacio social que estas ocupan, aspectos que se ven determinados por la clase social, espacio físico o cultural en el cual se encuentran. De esta forma, la interacción entre las personas se ve determinada por la posibilidad de un comportamiento similar entre las mismas. Sin embargo, las redes sociales al crear un ciber espacio, generan posibilidades de interacción a personas que en un espacio real tangible tendrían mínimas o nulas posibilidades de interacción.

La imposibilidad de una interacción directa en cuanto a espacio físico dentro de la red social, le permite al usuario crear una representación ideal y/o re diseñar una imagen de sí mismo con la cual se quiere proyectar hacia el interlocutor. Esta es quizá la primera vez que se genera tan abiertamente la posibilidad de mostrar al mundo lo que no se es. Sin embargo, <sup>16</sup>Erving Goffman postula la idea de que el ser humano dentro de un campo social constantemente se encuentra cambiando de roles. Él realiza la analogía del cambio de máscaras de acuerdo al contexto y especialmente a la constante puesta en escena del ser.

En cuanto a la puesta en escena del ser, Goffman postula que el ser social es un personaje con la tarea de poner en escena una actuación. El individuo que se convierte en personaje realiza un ejercicio de construcción de un „sí mismo“ ante los demás. Por lo tanto, para efectos de personalidad y psiquis, el „sí mismo“ no es un ente orgánico propio del nacimiento, la madurez y la muerte del ser. Es un producto de la actividad en el escenario, que para lo social sería el contexto, que se convierte en unos atributos del ser interpretables por los testigos de su puesta en escena.

De esta manera, lo que en la interacción dentro de un espacio físico tangible cuando una persona trata de mostrarse a sus interlocutores es comprendido por

---

<sup>15</sup> BOURDIEU, Pierre. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14 (6), Pag 723-744

<sup>16</sup> GOFFMAN, Erving. ( 1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu editores, S. C. A., Luca. Buenos Aires. Pag-86

Goffman como una puesta en escena, puede ser comprendido aún más dentro de un espacio intangible como lo es la red social Facebook y el comportamiento entre los usuarios.

## **5.2 MARCO CONCEPTUAL**

En el ejercicio investigativo de comprender las prácticas de construcción de identidad dentro de un grupo social virtual que hace parte de una red social como Facebook, es indispensable apoyar el proceso de análisis en una serie de términos que enmarcan la investigación.

Si no se comprende a fondo el significado de cada término base que se manejará en la investigación, difícilmente se podrá llegar a entrelazar ideas que generen una conclusión con respecto a la pregunta problema. En este sentido, se analizan los siguientes términos, apoyados en la postura de diferentes referentes teóricos:

**5.3 Identidad.** De acuerdo con Adolfo Perinat en su texto Notas Sueltas Sobre Signo, Significado y Símbolo<sup>17</sup>, muestra una noción sobre identidad que define de la siguiente forma: “La identidad, el yo, es un "producto" simbólico. La es en cuanto representación que se configura en un espacio poblado de interlocutores que se nombran, que se dirigen mutuamente la palabra y construyen una "realidad" social simbólica, interpretando fenómenos y sucesos gracias al lenguaje.”

**5.4 Redes Sociales Virtuales.** Según el texto Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales Virtuales: Caso Facebook<sup>18</sup>, “La formación de redes sociales virtuales es un fenómeno paralelo al desarrollo del dominio público del ciberespacio y un campo de creciente interés para las ciencias sociales”

**5.5 Símbolo.** Adolfo Perinat “El símbolo es una "herramienta" de naturaleza cognitiva pero simultáneamente comunicativa. El símbolo ha nacido de la comunicación y para la comunicación. Los símbolos son significaciones colectivas a través de los cuales comunicamos a los otros nuestras ideas”.

---

<sup>17</sup> PERINAT, Adolfo. Notas sueltas sobre Signo, Significado y Símbolo. Cursos 1997-98.

<sup>18</sup> Ibid pág 4

**5.6 Construcción de Identidad.** Tzvetan Todorov en su Ensayo sobre la antropología general<sup>19</sup> (la vida en común) relaciona el ejercicio de construcción de identidad con el reconocimiento del otro y explica: “La satisfacción que se obtiene de la conformidad con las normas del grupo explica también en gran parte el poder de los sentimientos comunitarios, la necesidad de pertenecer a un grupo, a un país, a una comunidad religiosa”.

**5.7 Prácticas y cultura.** Asumiendo la postura de Bordieu<sup>20</sup> en la cual se adopta la cultura como un proceso de evolución que se construye a través de prácticas, se asume el concepto como las acciones repetitivas que los usuarios ejercen en el contexto virtual, para ir elaborando una identidad dentro de un grupo social. De este modo, la cultura se estructura por medio de prácticas por parte de las personas.

**5.8 Contenidos.** Se denomina contenido a todo aquello que se publica dentro de la red social por parte de los usuarios, que posteriormente se tomará como una práctica de acuerdo a la frecuencia con la cual se realiza y hará parte de la construcción de una identidad del usuario en Facebook.

**5.9 Usuarios.** Los usuarios son el eje de las redes sociales, son las comunidades que constantemente estarán alimentando de información con publicaciones nuevas las plataformas. Son quienes generan interacción entre sí, a través de las herramientas que la red social les ofrece y finalmente, son quienes definirán su vida e identidad dentro de la red social a través de sus prácticas en esta.

## **5.10 MARCO CONTEXTUAL**

El proyecto de investigación sobre el análisis de las prácticas de creación de identidad en Facebook entre jóvenes de 15 a 24 años, se lleva a cabo con el fin de identificar y conocer dichas prácticas, siendo un medio utilizado por dicho grupo etario.

La red social ha tenido mayor acogida y ha ido de manera ascendente durante los últimos tres años. En el manejo de Internet se ha incrementado el uso de esta.

---

<sup>19</sup> TODOROV, Tzvetan . La vida en común. Ensayo sobre la antropología general. Editorial Taurus. 2008.

<sup>20</sup> BOURDIEU, Pierre. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14 (6), Pag 723-744

Nació en el año 2004 como un hobby de su creador Mark Zuckerberg, quien para ese entonces era un estudiante de la Universidad de Harvard e ideó la red como un servicio para los estudiantes de su entorno universitario.

En su primer mes, Facebook ya contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de la Universidad de Harvard. Posteriormente, la red empezó a regarse por otras universidades y empezó a crecer. Un año después, la red social ya había logrado obtener más de un millón de usuarios y el apoyo económico de algunas firmas como Peter Thiel primero (co-fundador de Pay-Pal e inversor ángel) (500 mil USD) y el Accel Partners después (\$12.7 millones). Rápidamente consiguió un total de 11 millones de usuarios.

El proyecto tomó mayor fuerza cuando empezó a tener usuarios de las universidades del extranjero. En 2006, se hizo pública la red social y logró obtener acuerdos comerciales con algunas marcas como iTunes de la cual recibió una inversión de capital de más de 25 millones de dólares.

En 2007 logró obtener la mayor cantidad de usuarios de una red social dirigida especialmente a estudiantes universitarios con más de 19 millones de usuarios en todo el mundo. Para el mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek y obtuvo una integración oficial con YouTube dentro de la red.

En 2008 la red social lanzó su versión en francés, alemán y español, con el fin de ampliar su red de usuarios por todo el mundo. A partir de allí, de acuerdo con estudios de población, en la historia de Facebook en Iberoamérica la mayor cantidad de usuarios proviene de Colombia, superando a países con mayor cantidad de población como México, Brasil y Argentina.

Para el año 2009, su fundador Mark Zuckerberg, hizo público que había alcanzado los 250 millones de usuarios. La red social ha tenido como sus mayores competidores a Google y MySpace, por lo cual ha tenido que reformarse en varias ocasiones en cuanto a su aspecto físico y la usabilidad de la plataforma.

En la Carta Iberoamericana de los Derechos de los Jóvenes<sup>21</sup>, se declara que un joven en cuanto a su condición física, su psicología y las particularidades de su

---

<sup>21</sup> Convención Iberoamericana de los derechos de los jóvenes. (En línea) Consultado enero del 2014. Disponible en:

[http://www.crin.org/docs/FileManager/ibero\\_american\\_convention\\_youth.pdf](http://www.crin.org/docs/FileManager/ibero_american_convention_youth.pdf)

identidad, se encuentra delimitado en el rango de edad de los 15 a los 25 años. Esto conduce a centrar la mirada en esta población y tener una noción sobre el uso que los individuos en este rango de edad le están dando a la red social Facebook.

Facebook es hoy en día la red social más conocida a nivel mundial, de acuerdo con un estudio publicado en la página del <sup>22</sup>Instituto de Cancerología, en Colombia son los jóvenes entre los 18 y los 24 años quienes al día de hoy registran mayor actividad en la red social, con un número de 6.234.020 usuarios en ese rango de edad. En Colombia, los usuarios son 49% hombres y 51% mujeres. Esta publicación fue basada en un estudio realizado por Enter.co.

Hoy en día Facebook no solo propone el modelo de perfil para usuarios, también brinda la posibilidad de creación de grupos cerrados o abiertos de personas con fines comunes para que estos puedan sostener una interacción constante. También brinda la posibilidad de la elaboración de fan page para las empresas o entidades que deseen incursionar en la captación de público en la red social.

De acuerdo con el <sup>23</sup>Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de Colombia, el país ocupa el puesto número 14 a nivel mundial de las naciones con más cantidad de usuarios adscritos a la red social Facebook, con un total de 15 millones de usuarios.

La investigación se llevó a cabo, con estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente de la ciudad de Santiago de Cali, que estaban dentro del rango de edad de los 15 a los 24 años y que poseen perfil dentro de la red social Facebook.

---

<sup>22</sup> Instituto Nacional de Cancerología. (En línea) Consultado el 12 de mayo del 2014. Disponible en: <http://www.cancer.gov.co/documentos/Políticas/bolet%C3%ADn%20Redes%20Sociales.pdf>

<sup>23</sup> Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Colombia). Colombia, uno de los países con más usuarios en redes sociales. (En línea). Consultado: 12 mayo del 2014. Disponible en: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2713.html>



## 6. METODOLOGÍA

### 6.1 ENFOQUE MIXTO (Cualitativo y Cuantitativo) de tipo EXPLORATORIO Y ANALÍTICO

Esta investigación es de tipo **exploratorio y analítico**, ya que se buscó escudriñar si existe en el uso de Facebook por parte de jóvenes. En el desarrollo de este trabajo investigativo se abordó una metodología mixta, con análisis cualitativo y cuantitativo.

Se analizaron comportamientos, tendencias, fotografías y a partir del material que se pudo recolectar de las entrevistas y grupos focales, se hizo un análisis apoyado en postulados sociológicos. Se realizó una triangulación con metodología **cuantitativa** esto con el fin de esclarecer en números ciertos aspectos que aportarían al desarrollo del trabajo investigativo.

De acuerdo con lo anterior, se seleccionaron 20 perfiles en Facebook de usuarios que cumplieran con las siguientes características:

- ✓ Estuviera entre los 15 y los 24 años
- ✓ Es estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente
- ✓ Tuviera actividad en su cuenta
- ✓ Se buscaron perfiles que a simple vista fueran distintos el uno del otro
- ✓ Que no compartieran gustos similares en Facebook

Durante una semana se hizo seguimiento a estos perfiles. Por cuestión de equidad de sexo se hizo a 10 hombres y 10 mujeres. Durante este seguimiento se construyó una matriz que plasmó el tipo de publicaciones que estos hacían en este periodo de tiempo. Para esto se dividió en tres tipos: Imágenes (relativo a fotografías propias o compartidas), Enlaces (referente a canciones o artículos de otras páginas de internet que se publican en el muro) y Estados (concerniente a todo lo que los usuarios escribían en su muro).

También se tuvo en cuenta en el anterior análisis el número de „likes” que se obtenía por cada tipo de publicación, además de las fotografías o imágenes que se establecían en las fotos de perfil o portada de cada usuario. El estudio se hizo siguiendo los lineamientos de las categorías establecidas a continuación, que

muestran desde qué puntos se centró la búsqueda de las prácticas de construcción de identidad:

- ✓ Foto de portada
- ✓ Foto de perfil
- ✓ Biografía
- ✓ Publicaciones (videos, imágenes y estados)
- ✓ Número de „likes“ obtenidos por publicación

Se hizo un ejercicio de observación participante en donde en cierto grado los investigadores se vieron involucrados en el campo de estudio. Las entrevistas se elaboraron de una manera semi-estructurada, de tal modo que fueron flexibles y permitieron modificarla en el momento de su ejecución.

El proyecto reúne aspectos teóricos en cuanto a la búsqueda de autores que sirven de referente para la elaboración y estructuración de un análisis que arroja resultados concluyentes, esto junto al estado del arte que se halló en cuanto al tema y aspectos prácticos con respecto al trabajo de análisis que se hizo en el campo de estudio.

No obstante, también se abordó la investigación desde un modelo **hermenéutico** ya que se pretendió a partir del análisis y la interpretación, arrojar unos resultados de acuerdo con los objetivos planteados.

Para realizar la investigación se tuvieron en cuenta los siguientes pasos:

- ⤴ Creación de fichas del estado de arte que se trabajaron en las Universidades Santiago de Cali, Universidad del Valle, Universidad Autónoma de Occidente y algunos artículos virtuales en relación al tema.
- ⤴ Selección de personas dentro del grupo etario establecido para realizar un análisis de sus publicaciones en la red social y su comportamiento durante un periodo de tiempo determinado.
- ⤴ Realización de entrevistas a usuarios de la red social dentro del grupo etario, para conocer un poco más sobre el significado personal de la red y los usos que le dan a este espacio.

Sintetizando lo anterior se plantean los siguientes momentos:

- ✓ Revisión documental enfocada en bibliografía, es decir, recolección de un estado del arte con respecto a la temática que se aborda.
- ✓ Diseño y ejecución de un cuestionario de encuesta aplicado a 100 usuarios de la red social.
- ✓ Análisis de los datos recuperados y generación de resultados a partir de los hallazgos que arrojó el estudio al grupo de usuarios analizado.

### **6.1.1 Procedimiento**

Para el procedimiento de la investigación se tienen en cuenta tres momentos:

- Recolección de datos de tipo teórico y práctico.

Se llevó a cabo un proceso de recolección de datos en el trabajo de campo, en el cual se tomaron muestras de las prácticas y comportamientos que pueden ser relevantes para la investigación, del grupo seleccionado. En este proceso se hizo un seguimiento a algunos perfiles elegidos dentro del grupo de estudio para así hacer el muestreo necesario. También se hizo una selección de material teórico que sustentó la investigación y dio un mejor análisis a la información recolectada en el trabajo de campo.

- Selección y presentación de los datos relevantes para la investigación.

Para esta etapa del procedimiento de investigación se retomaron los muestreos de la recolección de datos de tipo práctico y se realizó una categorización de la información en la cual se logró detallar y clasificar datos de tipo gráfico, texto, contenidos musicales y grupos afines del segmento estudiado.

- Análisis e interpretación de los datos recolectados.

En esta etapa del procedimiento investigativo, se hizo un análisis de los datos recolectados durante el trabajo de campo de tipo cuantitativo con los datos anteriormente clasificados y categorizados, junto con los referentes teóricos y especialistas del tema que se abordaron, para finalmente llegar a los resultados buscados por esta investigación.

Luego de estos tres momentos, se hizo una observación de los datos arrojados por procesos de recolección de tipo cuantitativo, como fue la encuesta a 100 usuarios, y se hizo un proceso de comprensión de estos datos junto con los comportamientos de las personas que hacen parte de la comunidad de Facebook y que se encuentran dentro del grupo etario.

Las preguntas con las cuales se desarrolló la encuesta, remitían directamente a posibles comportamientos de los usuarios en la red social, que podrían ser catalogados como prácticas de construcción de identidad. Así, las preguntas con mayor número de respuestas, daban indicios sobre procesos que posteriormente se lograron articular o triangular con el análisis de las entrevistas y los referentes teóricos.

## **6.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**6.2.1 Entrevista.** Se le aplicó a 10 usuarios de la red social Facebook dentro del grupo etario de los 15 a los 24 años de edad, pertenecientes a la Universidad.

**6.2.2 Análisis de Documentos.** Medios impresos, investigaciones realizadas, artículos en internet, textos relacionados con el tema.

**6.2.3 Grupo focal.** Se hizo un grupo focal con 7 usuarios de la red social en el cual se establecieron puntos generales en cuanto a la construcción de identidad en la red social Facebook.

**6.2.4 Tipos de Fuentes.** Se hizo uso en su mayoría de fuentes primarias vivenciales, que cuentan desde lo vivencial sus experiencias en la red social, el sentido que esta tiene para ellos y los usos que le dan. Se realizó un análisis de testimonios y fotografías que se cuelgan en la red social, de las cuales, unas fueron tomadas como evidencia y soporte de la construcción del texto de desarrollo de la investigación.

## **6.3 PROCEDIMIENTO**

**6.3.1 Etapa 1.** En esta primera parte de la investigación principalmente se hizo un seguimiento con el propósito de recolectar toda la información necesaria para

esta investigación, en torno a los usos y las prácticas que tienen las personas de los 15 a los 24 años de edad, en la red social Facebook. Se buscaron investigaciones afines con el tema propuesto, lo cual se traduce como estado del arte en tres universidades de la ciudad (Santiago de Cali, Universidad del Valle y Autónoma de Occidente). Se hizo un análisis de la evolución de la red social desde su año de incursión en la Internet y sus inicios y evolución en el país.

Se investigó el número de usuarios de la red social en el país durante los años más recientes y los rangos de edad con mayor actividad. Posteriormente se estructuraron entrevistas, encuestas y grupos focales que despejaran dudas sobre los usuarios y arrojaran indicios sobre la construcción de identidad en Facebook.

**6.3.2 Etapa 2.** Durante esta etapa de la investigación se procesaron todos los datos recogidos en la primera fase a través de las entrevistas y los documentos, entre otras fuentes encontradas. Se hizo un análisis de los resultados arrojados por el estudio y se trianguló información cualitativa y cuantitativa. Los datos arrojados por las encuestas, los indicios recolectados de las entrevistas y grupos focales, fueron sometidos al cruce de información junto con los postulados teóricos que sientan bases a esta investigación. La teoría sobre identidad, su construcción a través de prácticas y la interacción social, se conjugó con los resultados de estudios en el campo.

**6.3.3 Etapa 3.** Esta etapa final corresponde a las conclusiones que se pudieron obtener de la etapa dos. Gracias a los postulados teóricos y la información recolectada, se puede concluir sobre las prácticas que construyen una identidad de los usuarios dentro de la red social.

## **7. FACEBOOK Y LAS IDENTIDADES**

### **7.1 LAS RELACIONES INTERPERSONALES A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL**

Los usuarios de la red social Facebook, sostienen una constante comunicación entre ellos. Se ha convertido la red social en un medio de comunicación amplio, con gran acogida en cuanto a la actividad del denominado chat. Pero más allá de la comunicación, analizando a profundidad lo que esta actividad trae consigo, es evidente que se están presentando una serie de acciones típicas o propias de una relación interpersonal entre los usuarios, fenómeno que se tiene que analizar y comprender a profundidad, ya que es un salto de gran proporción hablar de una relación interpersonal en un grupo cualquiera, sin tener un contacto dentro del mismo espacio físico y en ocasiones temporal.

### **7.2 LAS DIVERSAS ESFERAS QUE SE EJERCEN DENTRO DE LA RED SOCIAL**

Los espacios virtuales hacen el ejercicio de un espejo, son un reflejo de los espacios físicos tangibles en cuanto a las interacciones y comportamientos sociales, ya que están realizando una tarea de reproducción de escenarios de comunicación e interposición de identidades entre sujetos. Existen unos niveles de cercanía que determinan el tipo de información que se intercambia en los distintos escenarios, esto se ve enmarcado en parámetros de privacidad o intimidad de los sujetos pertenecientes al espacio de interacción. Los espacios públicos de interacción suelen ser óptimos para relaciones menos familiares e íntimas entre los implicados. Entre mayor relación y confianza exista entre los sujetos, más íntimo suele ser el espacio utilizado para la comunicación, tal y como lo explica el artículo <sup>24</sup>**Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales.**

Este mismo comportamiento se ve reflejado en la red social Facebook, donde se pueden ver ciertos niveles y/o esferas de comunicación que se ejercen dentro de la misma por parte de los usuarios. La esfera pública dentro de la red social Facebook se ve determinada al muro de noticias y grupos abiertos en donde la información, los estados, las fotografías, y los mensajes que se ponen son de

---

<sup>24</sup> Aguilar Rodriguez, Daniel E. Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales y Virtuales: Caso Facebook. Julio de 2010. Pag. 11.

carácter público y no existe privacidad alguna. En este espacio el usuario interactúa de manera abierta con la comunidad virtual en general.

La esfera cerrada es la que concierne a los mensajes grupales en el chat, y a los grupos cerrados, muros en los cuales solo los miembros pueden publicar y estar en contacto e informados constantemente. En la esfera íntima se encuentran las conversaciones en el chat personal, donde solo se realizan interacciones y se intercambian mensajes internos que no serán públicos.

### **7.3 LA IDENTIDAD Y LA CULTURA**

Para hablar de cultura resulta oportuno analizar el trabajo de Stuart Hall <sup>25</sup> Estudios Culturales: Dos Paradigmas el cual nos da aspectos claros sobre el manejo del término cultura y su aporte a la identidad de las personas dentro de un grupo social.

En el texto de Hall se trata de mostrar la cultura como un mapa donde se exponen los cambios de las masas en la vida social. Se hace un análisis de la cultura de clases y se leen las distintas clases como un esquema de disposiciones para el grupo social.

Cuando se realiza el análisis de la cultura dentro de las comunidades, se hace un intento de descubrir la naturaleza de la organización del grupo. Su funcionamiento organizado y debidamente planeado. Esto resulta ser un complejo de relaciones entre los elementos que componen el grupo social y las prácticas sociales que en este se llevan a cabo.

La cultura se sostiene a través de las prácticas que en el grupo social se ejercen. Por tal motivo, el estudio de Hall intenta mostrar que para el estudio de los grupos sociales y su cultura, se deben descubrir patrones característicos mediante el análisis de una organización general en un ejemplo particular. Es por este motivo que las investigaciones se llevan a cabo con una muestra o como técnicamente en la estadística se denomina una media del grupo social que se estudia. De este modo, lograr identificar prácticas y patrones característicos de comportamiento dentro de un grupo seleccionado, logra ser parte de un todo en la investigación.

---

<sup>25</sup> Hall, STUART. Estudios Culturales: Dos Paradigmas. Revista Causas y azares, N° 1, 1994. Pag-14

De acuerdo con el trabajo de grado de los estudiantes de pregrado de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá,<sup>26</sup> **Creación, Aparición y Desarrollo de la Identidad en las Redes Virtuales** - página 11- , se postula el concepto de Cultura como el principal generador de una identidad tanto individual como colectiva. Sobre la Cultura según su estudio, se sostiene cualquier tipo de identidad que se ve reflejada en la interacción social. Para sostener lo dicho, los investigadores citan a Néstor García Canclini “Los comportamientos en la humanidad se relacionan a cuestiones culturales, incluso podemos decir que las acciones asociadas a procesos naturales (nacer, morir, comer, dormir) están impregnadas por una simbolización cultural que es aprehendida por los miembros de la sociedad.

Posteriormente, basados en la declaración de la Unesco en México 1983, lograron definir la Cultura como “la manera, las formas, las expresiones, los comportamientos, las costumbres, los modos de ser, las normas, las prácticas de toda una sociedad que está contenida en un espacio determinado. Es también todas las mínimas y máximas evidencias del ser humano.” Se rigen por el fragmento de la declaración del documento mencionado, en el cual se dice que la Cultura “... da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo”.

De este modo podemos concluir entonces que cualquier rasgo identitario que presente una persona dentro de un grupo social cualquiera que sea, es originado por las raíces que a él le atañen.

Entonces cada sujeto tiene intrínseco una serie de códigos instaurados por sus orígenes desde la comunidad en la cual se ha visto afiliado desde que era apenas un infante. Los comportamientos de cada individuo son legitimados por el contexto en el que se encuentra. La cultura definirá sus maneras de actuar frente a las situaciones y lo enmarcará en un plano que parezca normal. De allí entonces parte la identidad del sujeto, cuando este acepta los códigos que le instauran y empieza a actuar de manera consiente y voluntaria como le parece normal, está forjando una identidad acorde con el contexto en el que se encuentra. Habiendo comprendido el concepto identitario como originario de su entorno cultural, se analiza cómo funcionan ambos en el caso de la red social Facebook, la cual por ser una red de uso global, puede generar algunos fenómenos.

Si bien cada usuario se encuentra identificado con los principios y códigos que desde niño le han implantado, al hacer parte de la comunidad global de la red

---

<sup>26</sup> Torres Russi, ANDRES FELIPE. Vega, Cogollos, VALENTINA MARÍA. Creación, Aparición y Desarrollo de la Identidad en las Redes Virtuales. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.



social, se ve expuesto a una interacción virtual directa con personas que poseen otros códigos culturales y que al igual que él, poseen unas identidades propias de su lugar de origen o crianza. Por este motivo, para comprender el manejo de la identidad dentro de la red social, se debe analizar el comportamiento de los usuarios en esta.

## **7.4 IDENTIDADES EN FACEBOOK: EL PERFIL DEL USUARIO**

Como se mencionó anteriormente, un ciber espacio o un espacio virtual no tangible, les da la posibilidad a las personas afiliadas a la red social de crear una interacción entre sí superando barreras espaciales, culturales e incluso lingüísticas. A través de una red social como Facebook, personas de diferentes países se pueden encontrar y entablar una conversación e incluso empezar a conocer más a fondo la vida personal de cada cual.

El perfil es como un lienzo virgen, una página en blanco que él debe empezar a escribir, a moldear a su amaño. Tiene las herramientas para escribirse, para construirse a su manera. El usuario podrá crearse a su amaño, elegir cómo quiere mostrarse al nuevo mundo que le pone el Facebook. Empieza a poner aspectos que le harán verse como desee y ocultará otros que no le parecen relevantes.

De esta manera, el YO virtual que se crea en el perfil en la red social, es un reflejo idealizado, es una versión mejorada del YO real, ya que se ha podido escoger cada aspecto a conveniencia e incluso en algunos casos se ha agregado cosas irreales y se han omitido cosas relevantes de la vida real. Es importante recalcar que en todos los casos el sujeto no virtual parte del sujeto real, una imagen que luego será alterada, pero que ambas podrán hasta emerger juntas.

Dentro de lo que se puede analizar en la vida de los dos sujetos (virtual y real), es notable que el comportamiento del sujeto real pueda incidir en el comportamiento del sujeto virtual. Por ejemplo, si un hecho agradable y relevante le ocurre al sujeto real, esto alimentará la vida y generará una actualización del sujeto virtual, ya que es muy probable que en el perfil de Facebook el usuario publique su acontecimiento.

## 8. FACEBOOK Y SUS PARTES

### 8.1 CARACTERIZACIÓN DE LAS PARTES DE FACEBOOK

Facebook es un espacio que brinda una gran cantidad de posibilidades a sus usuarios desde su estructura como página, para que estos puedan ir construyendo una identidad, una cara con la cual se mostrarán al mundo dentro de la red social. Para lograr comprender de manera detallada cómo funciona este pliego de posibilidades, hay que desmenuzar una por una las partes de la red social en la cual brinda al usuario medios para construir su imagen, lo que quiere mostrar, cómo le gustaría que lo vieran, lo que es y lo que no quiere ser en este plano virtual.

**8.1.1 El Perfil.** El perfil es el sitio en el cual el usuario plasma su información básica mediante la cual se verá representada dentro de la red social.

**8.1.1.1 Nombre:** El nombre es quizá uno de los mayores distintivos que por naturaleza del ser humano se ha podido manejar. Es el nombre la marca del ser con la cual se verá reflejado, identificado y al cual aprenderá a responder. En la red social Facebook, existe la posibilidad de nombrarse tal y como lo es en la vida real o también se puede manejar un nombre distinto como ocurre en muchos casos. En ocasiones, hay casos en los cuales las personas inician con un apellido, posteriormente siguen con su nombre. Algunos agregan más letras o letras repetidas a su nombre. Unos prefieren poner apodos y finalmente hay casos en los cuales el usuario se atribuye un nombre distinto al de su realidad.

**8.1.1.2 Nombre Alternativo:** El nombre alternativo es una herramienta que brinda Facebook para que el usuario pueda poner un sobre nombre con el cual se verá identificado. Algunos usuarios utilizan este espacio para poner una frase célebre de sí mismos. Existen casos en los cuales los usuarios instauran en este espacio el nombre de sus parejas en la red social. En ocasiones se plantean nombres religiosos en este espacio por parte de los usuarios.

**8.1.1.3 Foto de perfil:** La foto de perfil es la presentación directa del aspecto físico que hace el usuario de la red social ante los demás integrantes del espacio. Por este motivo, la mayoría de los usuarios plasman en el espacio de la foto de portada, la imagen con la cual se sienten más a gusto. Esta imagen está en constante cambio dependiendo la intensidad con la cual el usuario frecuenta la

página. La foto de portada por lo general muestra el rostro y parte del cuerpo, aunque no existen reglas para esta, por lo cual es habitual encontrar usuarios con imágenes de comics, equipos de fútbol, mensajes escritos etc. en el espacio de la foto de perfil.

**8.1.1.4 Foto de portada:** La foto de portada es otro espacio gráfico, similar al espacio de la foto de perfil pero de mayor tamaño. Aquí se publican imágenes que encabezarán la página de perfil del usuario.

**8.1.1.5 Biografía:** La página de perfil del usuario va elaborando dentro de ella un historial de actividades de manera cronológica. De esta manera, el propio usuario o sus amigos dentro de la red social podrán hacer un recuento de lo sucedido en el tiempo en el que el usuario ha hecho uso de la red social.

**8.1.1.6 Información:** En este espacio el usuario tendrá la posibilidad de plasmar la información de carácter personal que él desee, desde formación y empleo (organizaciones a las cuales se encuentra vinculado ya sea como empleado o como estudiante), residencia, información familiar, hasta información básica personal como edad y/o fecha de nacimiento, situación sentimental, correo electrónico y número telefónico.

**8.1.1.7 Fotos:** El espacio de las fotografías en el perfil de Facebook está bien organizado en divisiones. Como primera medida encontramos el espacio para las fotografías donde apareces, son todas esas fotografías donde el usuario ha sido etiquetado por amigos sin ninguna discriminación. Luego, las fotografías que el usuario monta a su red social, podrán ser organizadas por carpetas llamadas álbumes, los cuales él podrá nombrar, seleccionar las fotos que subirá a la red y etiquetar a las personas que aparecen en las fotografías o a quienes él quiere compartir el álbum.

**8.1.1.8 Más:** Este es un espacio en el cual se encuentran aspectos de la persona que le permitirá a los contactos saber un poco más de las características del usuario, ya que aquí se puede ver lugares donde ha estado, gustos de cine, deportes, música, libros, páginas etc.

Este último punto tiene lugar tanto en una pestaña que se despliega en la parte superior derecha del perfil, como en la misma página en la parte inferior izquierda al ir bajando la barra de desplazamiento.

Esta se encuentra diseñada de tal manera que permite mantener una línea temporal de actividad que ha tenido el usuario desde el momento en que se unió a la red social hasta la actualidad, lo cual le da la opción de recordar cosas de días, meses o incluso años atrás.

**8.1.2 Página de inicio.** La página de inicio es como la vida social de las personas dentro de la red social. Es como la calle, el punto de encuentro en donde cada uno puede encontrar la vida pública del ser virtual. Aquí se ven las imágenes, estados, canciones y páginas que les gustan a las personas.

En esta se van ubicando las publicaciones de cada uno de los usuarios en una línea temporal de acuerdo con la vigencia de la publicación. Da la posibilidad a los usuarios de comentar en las publicaciones. Cada persona tiene acceso visual y escrito a lo que sus „amigos“ dentro de la red social hacen o publican.

Esta se encuentra dividida en tres partes. La parte central es la línea temporal de acciones de los afiliados a la red social. En la parte derecha se encuentra el chat personal, en el cual se pueden entablar conversaciones con los distintos usuarios que están vinculados a la cuenta como amigos. En la parte izquierda se encuentran los grupos a los cuales se hace parte, aplicaciones y páginas que han sido de interés.

La página de inicio es el punto de encuentro del dueño del perfil con el mundo del Facebook. Un espacio en el cual la información abunda. Se puede hallar desde las personas que están cumpliendo años el día actual, hasta las noticias o novedades tanto de páginas comunes como de las personas que se encuentran vinculadas a él como amigos.

Básicamente lo que el usuario plasma en su muro de Facebook (excepto los casos en los cuales se hace la publicación privada) es lo que quiere que aparezca en la página de inicio y que sea visto por los demás usuarios. Es el Inicio quizá unas de las partes más visitadas por la comunidad virtual. Constantemente se está actualizando o refrescando esta página con el fin de mantener al tanto de lo que sucede alrededor de la vida agitada de quienes hacen parte de la red social.

Las actualizaciones en el perfil personal como cambio de lugar de trabajo, lugar de estudio, ingreso a organizaciones, fechas especiales y situación sentimental, se harán públicas en la página de inicio y serán vistas por los otros usuarios. Aun así, Facebook le da la opción al usuario de poder hacer su vida privada dentro de la red social, le permite al usuario crear ciertas cláusulas de privacidad en donde él decide si desea hacer pública su situación actual o no.

Analizando las posibilidades que Facebook otorga a su público a través de su perfil para plasmar una información, nacen algunas preguntas relacionadas con la construcción de identidad dentro de la red social.

A continuación, la recopilación de una serie de interrogantes que se plantean con el fin de hacer un análisis y despejar dudas llegando a conclusiones que aporten al desarrollo de nuestro problema planteado.

- ¿Qué funciones cumple el nombre del usuario dentro de la red social?
- ¿Qué significado tiene el nombre alternativo?
- ¿Para qué sirve la foto de portada?
- ¿Las publicaciones que el usuario hace, van elaborando una característica del perfil y una identidad?
- ¿La información personal que se pone en el perfil incide en lo que quiero mostrar a los demás usuarios?
- ¿Cuál es el papel de las fotografías dentro de la red social en cuando a la identidad?
- ¿Está acorde lo que el usuario de la red social pone en su perfil, con lo que es en la vida real?

## **9. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE PRÁCTICAS EN FACEBOOK**

### **9.1 SEGUIMIENTO DE PERFILES EN FACEBOOK**

Con el fin de examinar los contenidos que publican los jóvenes entre los 15 y los 25 años de la Universidad Autónoma de Occidente dentro de la red social Facebook y registrar su actividad durante la última semana de mayo, se han analizado 20 perfiles dentro de unas características especificadas en la metodología. 10 hombres y 10 mujeres, usuarios de la red social Facebook que pertenecen a la UAO, a los cuales se les analizaron los tipos de publicaciones durante la semana del 25 al 31 de mayo del 2014.

Se tuvo en cuenta aspectos anteriormente establecidos como claves para la construcción de identidad dentro de la red social, tales como las fotos de perfil y portada, la información de biografía, los tipos de publicaciones y los números de „likes“.

Se puede destacar las fotos de perfil y de portada de la red social, como una puerta hacia lo que se quiere mostrar. Un tinte identitario con una gran carga simbólica que va estructurando y construyendo la imagen que se quiere exponer y lo que se desea que los demás vean en el perfil propio. Para quienes es importante la música o el deporte, es común encontrar imágenes o fotos alusivas a sus intereses en sus fotos de portada o perfil. Un usuario de los 20 perfiles analizados (un 5%) han utilizado imágenes de música en sus perfiles, otros dos (10%) han utilizado imágenes deportivas.

En algunas ocasiones quienes han publicado imágenes de portada con una temática o un gusto en particular, han decidido reforzar el mensaje con una foto de perfil alusiva a lo mismo.

La mayoría de los perfiles analizados tienen como foto de perfil el usuario solo. En escasas ocasiones es notable encontrar al usuario dentro de una multitud, pero es poco común. Esto último puede ocurrir debido a que la foto de perfil identifica al usuario ante los demás, por tanto es poco probable utilizar una imagen en la cual este se pueda confundir entre los demás.

Es posible diferenciar los objetivos de la foto de portada y la foto de perfil que en principio parecen iguales, de la siguiente manera: de acuerdo con el ejercicio de análisis de los perfiles, se puede establecer que la foto de perfil genera una sensación de identidad en cuanto a la imagen que se quiere mostrar ante la comunidad virtual. Es por esto que en ocasiones es factible encontrar en la foto de perfil una imagen de pareja. Por otro lado, la foto de portada permite construir identidad comunicando gustos por alguna actividad (arte, deporte, cultura).

La información que los usuarios hacen pública en su biografía, tales como lugar de trabajo, situación sentimental, lugar de residencia y estudios realizados, dan una noción sobre la vida del usuario. El 80% de los perfiles analizados han hecho uso de esta herramienta para mostrar detalles de su vida. Aun así, un 15% de los usuarios (3 perfiles) han hecho pública su situación sentimental y en un 10% (2 perfiles) los usuarios analizados cancelaron el uso de esta herramienta.

En el número de „likes” se pudo notar una mayor presencia o manifestación por parte de los usuarios en publicaciones de estados y fotografías con respecto a los videos y canciones publicadas. Los comentarios de tipo político, o humor acerca de temas sociales de momento (arte, política, sociedad, deporte) tienen una gran convocatoria en cuanto a „likes”. En un caso particular se pudo notar como entre más número de „likes” obtenía el usuario por uno de sus comentarios, se veía más incentivado por generar o producir otro del mismo corte.

Las publicaciones de estados y de fotografías predominan entre los usuarios. Generan una mayor respuesta por parte de la comunidad, lo cual incentiva a que se vuelva una práctica repetitiva y constante.

De los 20 perfiles analizados, solo 4 hacen uso del nombre alternativo, lo cual equivale a un 20% del objeto estudiado. Esto puede arrojar dos conclusiones distintas. Se podría decir que el nombre alternativo no es una de las herramientas mediante la cual los usuarios construyen identidad en la red social, debido al poco uso que le dan. Aun así, quienes sí hicieron uso de esta, la utilizaron como un aspecto identitario.

**CUADRO DE ANÁLISIS 1 CONTINUACIÓN: SEMANA DEL 25 AL 31 DE MAYO DEL 2014**

| <b>CUADRO DE ANÁLISIS 1: SEMANA DEL 25 AL 31 DE MAYO DEL 2014</b>   |   |   |                        |                       |   |
|---|---|---|------------------------|-----------------------|---|
| <b>Usuario</b>  | <b>Cantidad de publicaciones</b>          | <b>likes</b>                                | <b>Foto de portada</b> | <b>Foto de perfil</b> | <b>Información de la biografía</b>  |
| Juan Vélez Andrade<br><a href="https://www.facebook.com/JuangaVelez?fref=ts">https://www.facebook.com/JuangaVelez?fref=ts</a>   | Imágenes: 21<br>Enlaces: 2<br>Estados: 19 | Imágenes: 270<br>Enlaces: 2<br>Estados: 190 | Imagen de cine         | individual            | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (No situación sentimental). |
| As Ray<br><a href="https://www.facebook.com/#!/RAYASS.35?fref=ts">https://www.facebook.com/#!/RAYASS.35?fref=ts</a>   | Imágenes: 3<br>Enlaces: 1<br>Estados: 5   | Imágenes: 13<br>Enlaces: 6<br>Estados: 34   | Caricatura             | Individual            | Lugar de trabajo, estudio, residencia, procedencia y situación sentimental      |
| Marcela Florez<br><a href="https://www.facebook.com/#!/marcela.florez.52012?fref=ts">https://www.facebook.com/#!/marcela.florez.52012?fref=ts</a>                         | Imágenes: 3<br>Enlaces: 1<br>Estados: 5   | Imágenes: 3<br>Enlaces: 1<br>Estados: 5     | Imagen de un gato      | Individual            | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (No situación sentimental). |
| Lina María Álvarez<br><a href="https://www.facebook.com/#!/Lina.Alvarez7?fref=ts">https://www.facebook.com/#!/Lina.Alvarez7?fref=ts</a>                                   | Imágenes: 1<br>Enlaces: 3<br>Estados: 2   | Imágenes: 14<br>Enlaces: 21<br>Estados: 12  | Foto de aviso          | Individual            | Lugar de trabajo, estudio, situación sentimental (no residencia ni procedencia) |
| <b>Usuario</b>  | <b>Cantidad de publicaciones</b>          | <b>likes</b>                                | <b>Foto de portada</b> | <b>Foto de perfil</b> | <b>Información de la biografía</b>  |
| Maria del Mar Chaverra<br><a href="https://www.facebook.com/#!/Maria.del.Mar.Chaverra.52012?fref=ts">https://www.facebook.com/#!/Maria.del.Mar.Chaverra.52012?fref=ts</a> | Imágenes: 14<br>Enlaces: 6                | Imágenes: 130<br>Enlaces: 130               | Foto primer plano de   | individual            | Lugar de trabajo, de estudio, residencia y                                      |



|  |   |  |                                   |                    |   |
|--|---|--|-----------------------------------|--------------------|---|
| <a href="https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/mariadelmarl3?fref=ts">cebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/mariadelmarl3?fref=ts</a>  | Estados: 6                              | 12<br>Estados: 35                          | rostro propio                     |                    | procedencia (no situación sentimental)  |
| Ciro Muñoz Restrepo<br><a href="https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/ciomure?fref=ts">https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/ciomure?fref=ts</a>                       | Imágenes: 4<br>Enlaces: 1<br>Estados: 3 | Imágenes : 26<br>Enlaces: 1<br>Estados: 21 | Foto a un marco de reconocimiento | grupal             | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (no situación sentimental). |
| Natalia Rojas Borrero<br><a href="https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/natalia.r.borrero?fref=ts">https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/natalia.r.borrero?fref=ts</a> | Imágenes: 1<br>Enlaces: 0<br>Estados: 1 | Imágenes : 18<br>Enlaces: 0<br>Estados: 5  | Mensaje romántico                 | Foto con la pareja | Lugar de trabajo, estudio, residencia, procedencia y situación sentimental.     |
| Alejandra Jiménez<br><a href="https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/alejajimenez28?fref=ts">https://www.facebook.com/jessenia.fr?ref=ts&amp;fref=ts#!/alejajimenez28?fref=ts</a>           | Imágenes: 1<br>Enlaces: 2<br>Estados: 0 | Imágenes : 53<br>Enlaces: 4<br>Estados: 0  | Imagen con mensaje                | Individual         | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (no situación sentimental)  |
| Karen Suarez<br><a href="https://www.facebook.com/karensuarezamador?fref=ts">https://www.facebook.com/karensuarezamador?fref=ts</a>  | Imágenes: 1<br>Enlaces: 5<br>Estados: 0 | Imágenes : 104<br>Enlaces: 6<br>Estados: 0 | Ninguna                           | Individual         | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (no situación sentimental). |

**CUADRO DE ANÁLISIS 1 CONTINUACIÓN: SEMANA DEL 25 AL 31 DE MAYO DEL 2014**

| <b>Usuario</b>   | <b>Cantidad de publicaciones</b>        | <b>likes</b>                               | <b>Foto de portada</b> | <b>Foto de perfil</b> | <b>Información de la biografía</b>    |
|--|---|--|------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| Maria Elisa Rojas<br><a href="https://www.facebook.com">https://www.facebook.com</a> | Imágenes: 7<br>Enlaces: 9<br>Estados: 7 | Imágenes: 31<br>Enlaces: 21<br>Estados: 42 | Foto de un perro       | Individual            | Lugar de trabajo, estudio, residencia |

|   |   |   |                          |                    |   |
|---|---|---|--------------------------|--------------------|---|
| <a href="#">/Ellie22?fref=ts</a>  |   |   |                          |                    | a y procedencia (No situación sentimental).                                     |
| Andrés Felipe Ossa<br><a href="https://www.facebook.com/andres.ossagarcia?fref=ts">https://www.facebook.com/andres.ossagarcia?fref=ts</a> | Imágenes: 7<br>Enlaces: 0<br>Estados: 1 | Imágenes: 53<br>Enlaces: 0<br>Estados: 10 | Foto de balón de fútbol  | Individual         | Lugar de trabajo, estudio, residencia y procedencia (no situación sentimental). |
| Luis Miguel<br><a href="https://www.facebook.com/Luismi.mediares?fref=ts">https://www.facebook.com/Luismi.mediares?fref=ts</a>            | Imágenes: 7<br>Enlaces: 0<br>Estados: 1 | Imágenes: 7<br>Enlaces: 0<br>Estados: 1   | Foto en lugar de trabajo | Foto con la pareja | Lugar de trabajo, estudio, residencia, procedencia y situación sentimental.     |

A través de este ejercicio es posible tener un acercamiento un poco más acertado a las posibles prácticas de construcción de identidad que los jóvenes de la Universidad Autónoma de Occidente llevan a cabo desde sus cuentas en su red social Facebook. Luego del anterior análisis, podría concluirse un acercamiento a las prácticas de construcción de identidad a partir del siguiente cuadro:

**Cuadro de análisis 3: Sobre las prácticas de construcción de identidad.**

| Herramienta     | Práctica  | Intención   | Resultado  |
|-----------------|---|---|--|
| Foto de perfil  | Publicar fotos en pareja, fotos individual, ejerciendo algún deporte o actividad de interés.                  | Dejar claro un mensaje de identidad sobre lo que se quiere reflejar ante la comunidad virtual. Esta es la imagen con la cual identifican al usuario dentro de la comunidad virtual. | La comunidad virtual del Facebook, logra tener un indicio en la foto de perfil del usuario sobre aspectos de su vida como situación sentimental, gustos o preferencias y en ocasiones ideales religiosos o políticos dependiendo de la imagen publicada. |
| Foto de portada | Plasmar fotos de actores, películas, deportes, cantantes, paisajes, símbolos.                                 | Mostrar preferencias por ciertas actividades, gustos o experiencias vividas a través de fotografías y paisajes  | La comunidad de Facebook identifica a través de esta herramienta las actividades comunes que realiza el usuario. En ocasiones es posible tener aseveraciones sobre el estado del ánimo a través de la imagen que se publica en esta herramienta.         |
| Biografía       | Divulgar aspectos personales como situación sentimental, lugar de trabajo, estudio y residencia y familiares. | Dar indicios sobre las características de la vida de la persona. Personas importantes y lugares frecuentados a los cuales se pertenece.   | Le permite a la comunidad tener una idea sobre la persona, sus actividades cotidianas, sus conocimientos, bases y núcleo familiar y sentimental.   |

### CONTINUACIÓN CUADRO DE ANÁLISIS 3

| Herramienta        | Práctica  | Intención   | Resultado   |
|--------------------|---|---|---|
| Publicaciones      | Subir fotos, escribir estados o montar enlaces de videos o artículos. | <p><b>Fotos:</b> mostrar momentos, experiencias y generar emociones esperando respuesta de la comunidad.</p> <p><b>Estados:</b> Expresan en su mayoría mensajes sobre pensamientos o ideologías puntuales y estados de ánimo de los usuarios.</p> <p><b>Enlaces:</b> publicar enlaces permite compartir artículos de páginas en internet o videos musicales de interés.</p> | Las fotos generan una respuesta por parte de la comunidad a través del número de „likes” y los comentarios. Esto brida una sensación de aceptación o reconocimiento al usuario. Los estados también generan reacción por parte de la comunidad, pero son más directos en lo que se quiere expresar. Los enlaces definen gustos musicales o empatía con algunos temas de artículos publicados. |
| Nombre alternativo | Poner el nombre de la pareja, del equipo de fútbol o un seudónimo     | Generar un mensaje de identidad sobre un sentimiento frente a algo, alguien o simplemente un sobrenombre por el cual también se siente identificado el usuario.   | La comunidad logra reconocer en el usuario su inclinación hacia algo en específico como un club deportivo o simplemente el nombre de la pareja sentimental.   |

## 9.2 ANÁLISIS DE ESTUDIO DE CAMPO

De manera inicial se llevó a cabo un proceso de diez entrevistas y un grupo focal con 7 personas que permitieran esclarecer los puntos específicos que la red social Facebook pone a disposición del usuario desde su perfil, que pueda dar cabida a tendencias o prácticas para la construcción de una identidad dentro de la comunidad virtual.

En este sentido prevalecieron preguntas como:

- ✓ ¿Cuáles son los puntos más importantes de su perfil en Facebook para usted como usuario?
- ✓ ¿Qué significa para usted modificar su información de Facebook?
- ✓ ¿Qué es lo primero que revisa en el perfil de otro usuario?
- ✓ ¿Qué es lo que más le interesa al ver el perfil de otro usuario?

De diez entrevistas realizadas a cinco hombres y cinco mujeres y un grupo focal realizado a tres mujeres y cuatro hombres, todos dentro del rango de edad entre los 15 y los 25 años, se pudo extraer información de los puntos más representativos para estos usuarios, en los perfiles propios y los de la comunidad virtual que ellos componen en la red social.

Aunque el análisis del anterior capítulo logra tener un acercamiento a las prácticas comunes de los usuarios de la red social Facebook, no es lógico ligar el concepto de construcción de identidad netamente a las actividades precedentemente mencionadas y desglosadas.

La construcción de identidad se encuentra ligada al pasado, a la historia y los hechos que enmarcan la vida del sujeto. A partir del pasado del sujeto se conforma un entorno, un contexto que enmarca la vida de este. Así se empiezan a develar diversas esferas, familia, lugar de trabajo, lugar de estudio, experiencias, viajes, que van forjando así mismo la identidad de la persona como ser social. Las prácticas en un entorno, son el resultado de todo un proceso de construcción, que son determinadas por factores como la raza, el género, la edad, el territorio, la nacionalidad etc.

Comprendiendo estos parámetros que enmarcan la construcción de identidad y que definen las maneras de proceder y actuar, se puede articular la información recolectada en las entrevistas en un ejercicio conversacional, para comprender el trasfondo de las prácticas ejercidas en la red social Facebook por parte de sus usuarios.

Tomando como referencia dos casos de las 10 entrevistas realizadas, el cambio de ciudad de residencia les generó igualmente cambios en el grupo social virtual de su red social, ya que según ellos, el cambio drástico de ciudad y contexto los alejó de sus usuarios habituales y les obligó a generar una nueva comunidad virtual. Aun así no significó que dejaran su antigua comunidad, sino que abrieran su perfil a nuevos contactos.

Para una de las entrevistadas de 19 años, antes de cambiar su lugar de residencia de Santafé de Bogotá a Santiago de Cali, cuando apenas tenía 16 años, era común que publicara fotos y estados que reflejaran un perfil o una identidad de una persona fiesterera, personalidad que estaba lejos de la realidad según sus propias declaraciones. Al cambiar de ciudad donde, de acuerdo a ella misma “la rumba es el común de cada día” dejó de fingirlo, ya que empezó a vivirlo. Posteriormente asegura que construía su identidad por medio de fotografías, especialmente las de perfil y portada y que el número de „likes” en sus publicaciones eran una de las cosas más importantes para ella.

Otro de los entrevistados aseguró que el número de „likes” en sus publicaciones, es un indicio para seguir haciendo divulgaciones de ese estilo. Además de esto, revela que es importante para él mostrar su lugar de origen en su biografía, ya que lo define e identifica ante los demás con el territorio del cual proviene. “Todos nos sentimos caracterizados por la ciudad donde nacimos. Unos son los rumberos, otros los entradores como los paisas o los perezosos como los costeños, pero todos se sienten identificados, por eso es importante para mi mostrar de dónde soy”.

Es Facebook entonces un espacio donde los usuarios logran mezclar aspectos de sus realidades y hechos históricos que los conforman, con el perfil ideal que desean mostrar ante la comunidad virtual y de este modo a través de las anteriores prácticas mencionadas, que aunque básicas logran ir estructurando una imagen o identidad, mostrarse ante los demás usuarios que hacen parte de su red de amigos.

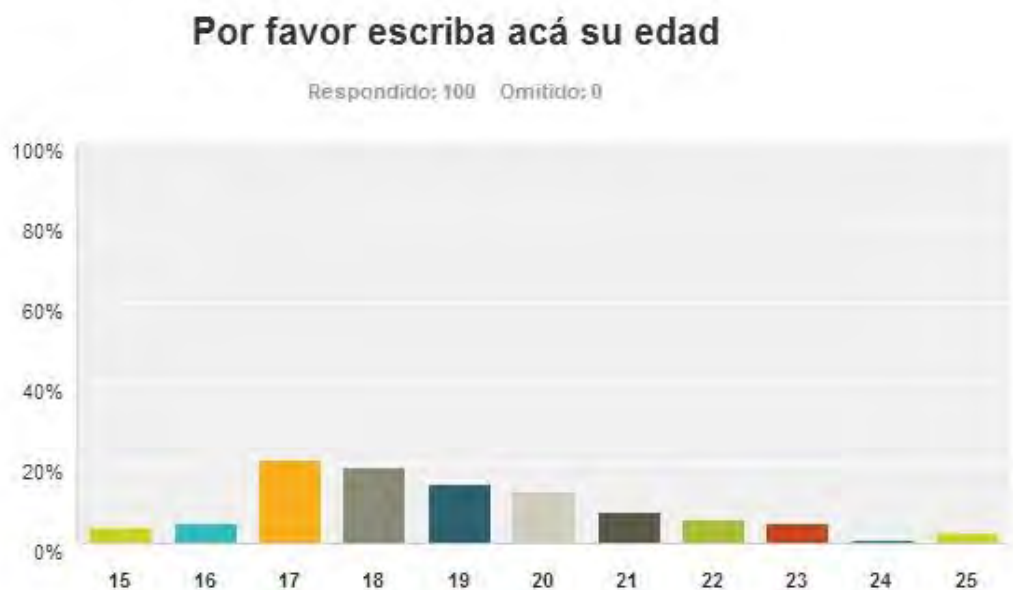
Se pudo establecer que los instrumentos dentro de la red social que más utilizan y que más divisan de los otros usuarios para reconocer una identidad en el otro y hacerse reconocer ellos mismos son:

- ✓ Foto de perfil
- ✓ Foto de portada
- ✓ Nombre
- ✓ Nombre alternativo
- ✓ Publicaciones en el estado
- ✓ Videos o video clips
- ✓ Imágenes
- ✓ Información del contacto

En relación a lo anterior, se llevó a cabo la encuesta de 10 preguntas con respecto a la construcción de identidad en la Facebook que permitiera dar claridad sobre las prácticas que los usuarios de la red social entre los 15 y 25 años ejercen con el fin de edificar una imagen propia en este espacio virtual. Se tomó una muestra o media de 100 personas con las cuales se obtuvieron los siguientes resultados de los cuales se puede sacar el siguiente análisis:

En la pregunta número 1 de la encuesta realizada a usuarios de Facebook, se preguntó la edad que poseía el encuestado entre el margen de los 15 a los 25 años que se ha manejado dentro de la investigación, el resultado de la muestra de 100 personas encuestadas nos arrojó información sobre la edad más alta de jóvenes usando la red social y las de menos participación en la misma.

**Figura 1. Gráfico encuesta diseñada y ejecutada por los investigadores.**



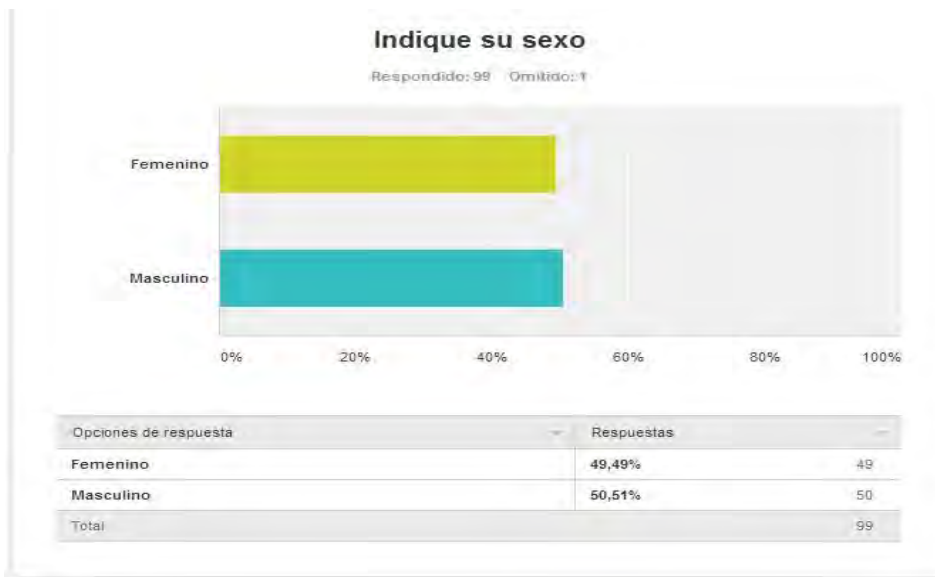
Si de los 17 a los 19 años de edad es el mayor rango existente -según la encuesta- de jóvenes pertenecientes a la red social, valdría la pena analizar si las prácticas de estos usuarios dentro de la red social se ven relacionada con su edad y con el grupo social al cual pertenecen.

**Figura 2. Pregunta 1.**

| Opciones de respuesta | Respuestas |
|-----------------------|------------|
| 15                    | 4% 4       |
| 16                    | 5% 5       |
| 17                    | 21% 21     |
| 18                    | 19% 19     |
| 19                    | 15% 15     |
| 20                    | 13% 13     |
| 21                    | 8% 8       |
| 22                    | 6% 6       |
| 23                    | 5% 5       |
| 24                    | 1% 1       |
| 25                    | 3% 3       |
| Total                 | 100        |

No existe diferencia entre el número de usuarios hombres y mujeres de la red social, por tanto, no se puede decir que esto sea un punto diferencial para la investigación.

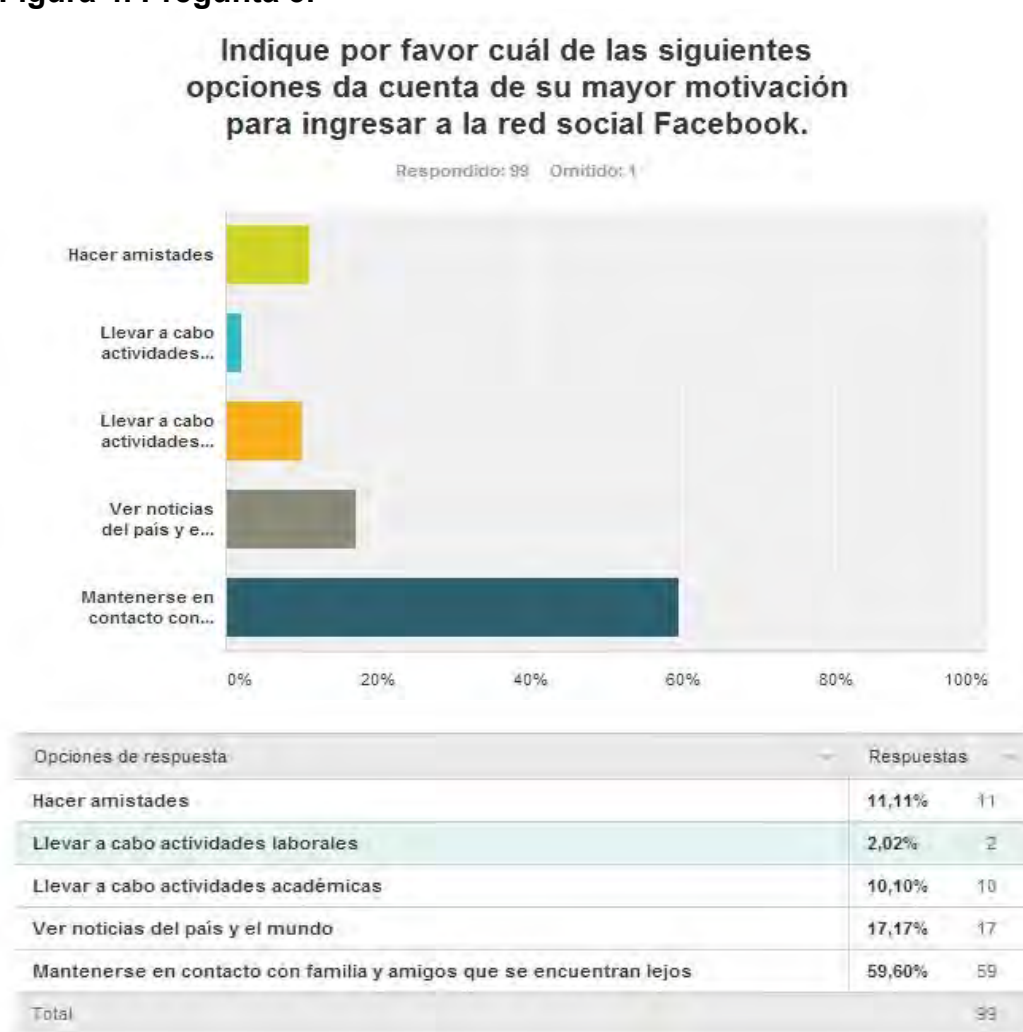
**Figura 3. Pregunta 2.**





Se pudo encontrar que una de las motivaciones más grandes por la cual los usuarios utilizan la red social, es mantenerse en contacto con personas que se encuentran lejos. Seguidamente se encuentra el interés por mantenerse informado, la red social es utilizada como un medio de comunicación más, los hechos noticiosos del mundo tienen gran cabida en la red social y en especial en el interés de los usuarios de la misma. Posterior mente el interés por hacer amistades y de menor importancia se encuentra llevar a cabo actividades de tipo académico y/o laboral por medio de la misma.

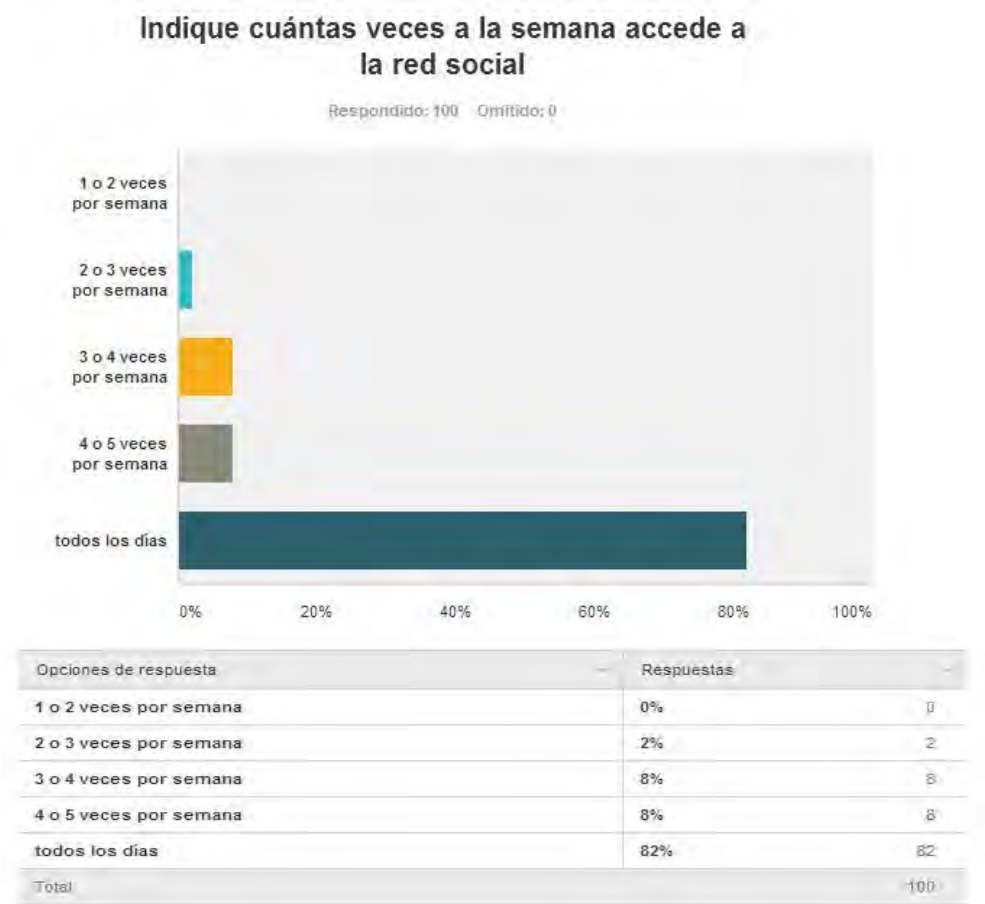
**Figura 4. Pregunta 3.**



El 82% de los encuestados sostienen tener una actividad diaria dentro de la red social. Ninguno de ellos ingresa menos de dos veces a la semana, tan solo el 2% sostiene ingresar dos o tres veces a la semana a la red social. La frecuencia con

la cual los usuarios acceden al Facebook, registra una actividad de gran nivel en la misma. Esto podría analizarse desde el punto de vista de la necesidad de sostener una actividad constante dentro de la página, que permita mantener una vigencia del perfil.

Figura 5. Pregunta 4.

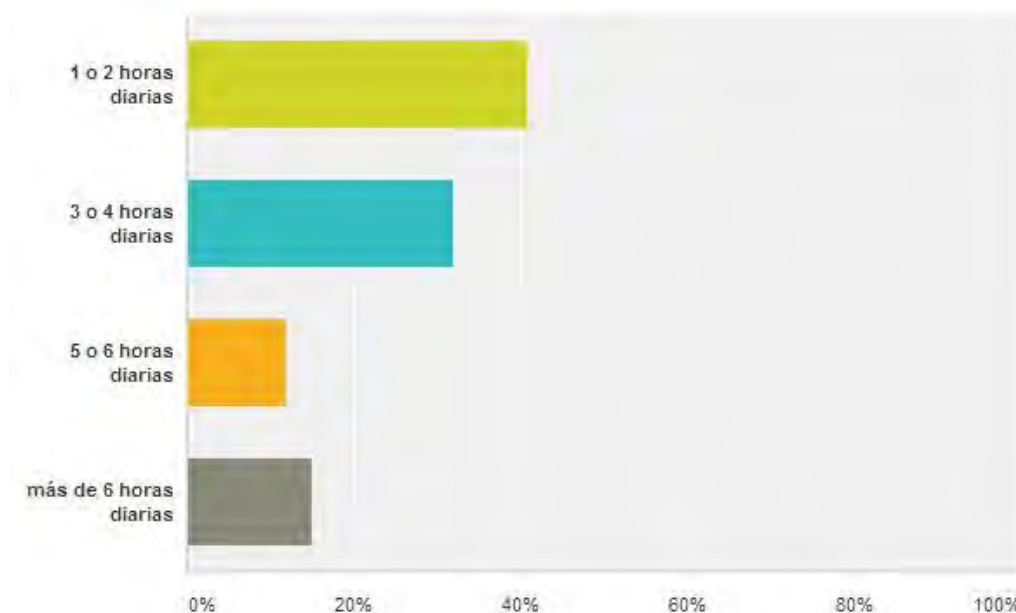


El 41% de los encuestados aseguran permanecer de 1 a 2 horas diarias en la red social, mientras el 15% dice estar más de 6 horas diarias en Facebook. La actividad dentro de la red social diaria por usuario supera las dos horas. Esto hace que constantemente se esté renovando la información que allí se plasma.

**Figura 6. Pregunta 5.**

**Indique cuántas horas acostumbra a estar en facebook**

Respondido: 100 Omitido: 0

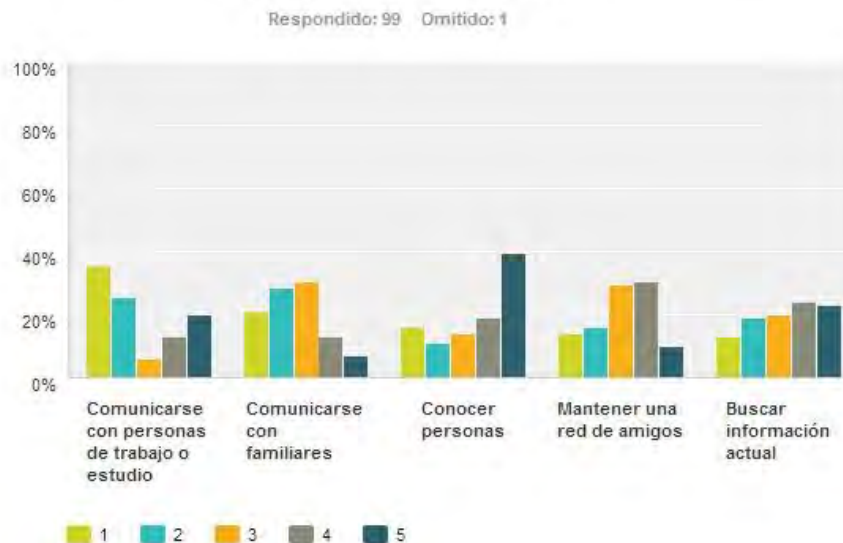


| Opciones de respuesta  | Respuestas |     |
|------------------------|------------|-----|
| 1 o 2 horas diarias    | 41%        | 41  |
| 3 o 4 horas diarias    | 32%        | 32  |
| 5 o 6 horas diarias    | 12%        | 12  |
| más de 6 horas diarias | 15%        | 15  |
| Total                  |            | 100 |

La mayoría de los encuestados indican que se encuentran o ingresan en la red social Facebook con la intención de conocer personas, seguido por la intención de mantenerse en comunicación con personas del trabajo o del estudio y mantener una red de amigos en la red social.

**Figura 7 Pregunta 6.**

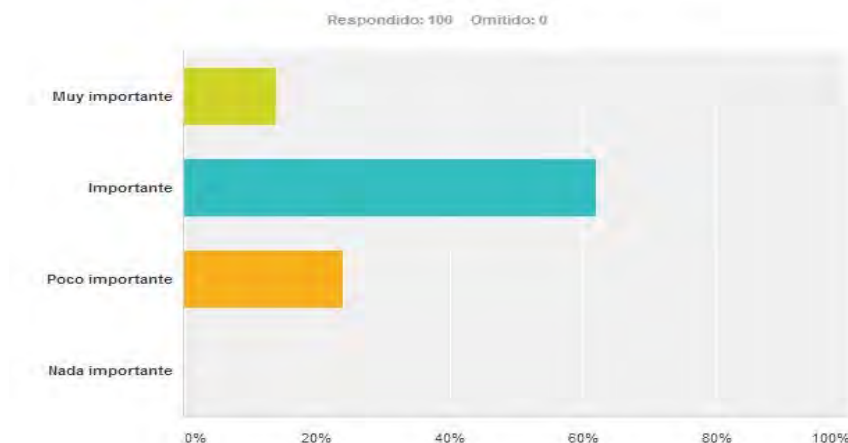
**Clasifique de 1 a 5 cuál es el mayor uso que le da a la red social facebook siendo 1 el mayor y 5 el menor uso.**



El 62% de los encuestados aseguró que la red social Facebook es muy importante como herramienta para mantener contacto con personas que son usuarios de la misma. El 24% asegura todo lo contrario.

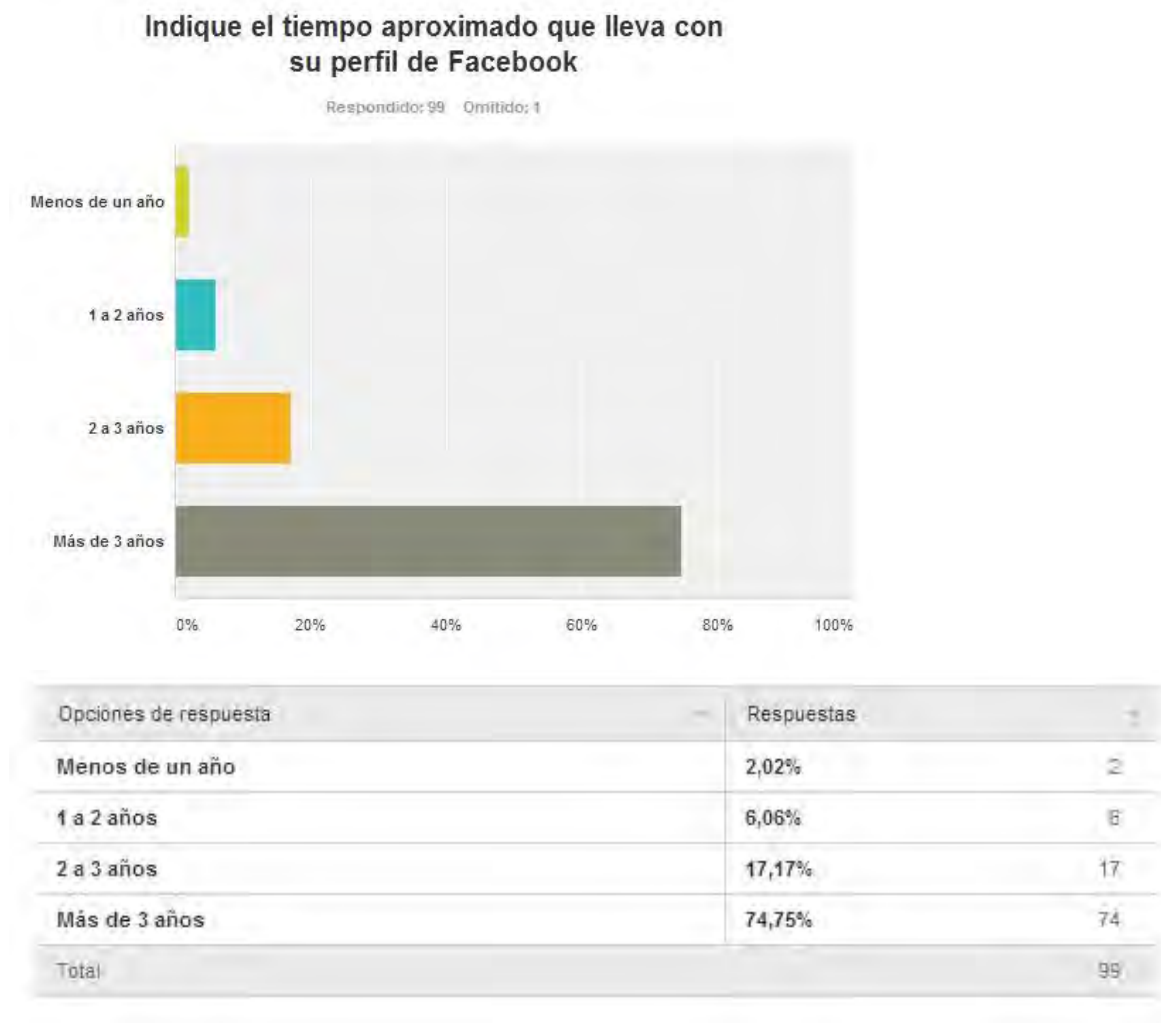
**Figura 8 Pregunta 9.**

**Señale cuál de las siguientes opciones que tendrá a continuación, es la más idónea para complementar la siguiente frase:  
"Como herramienta para conocer y mantener contacto con las personas, Facebook es..."**



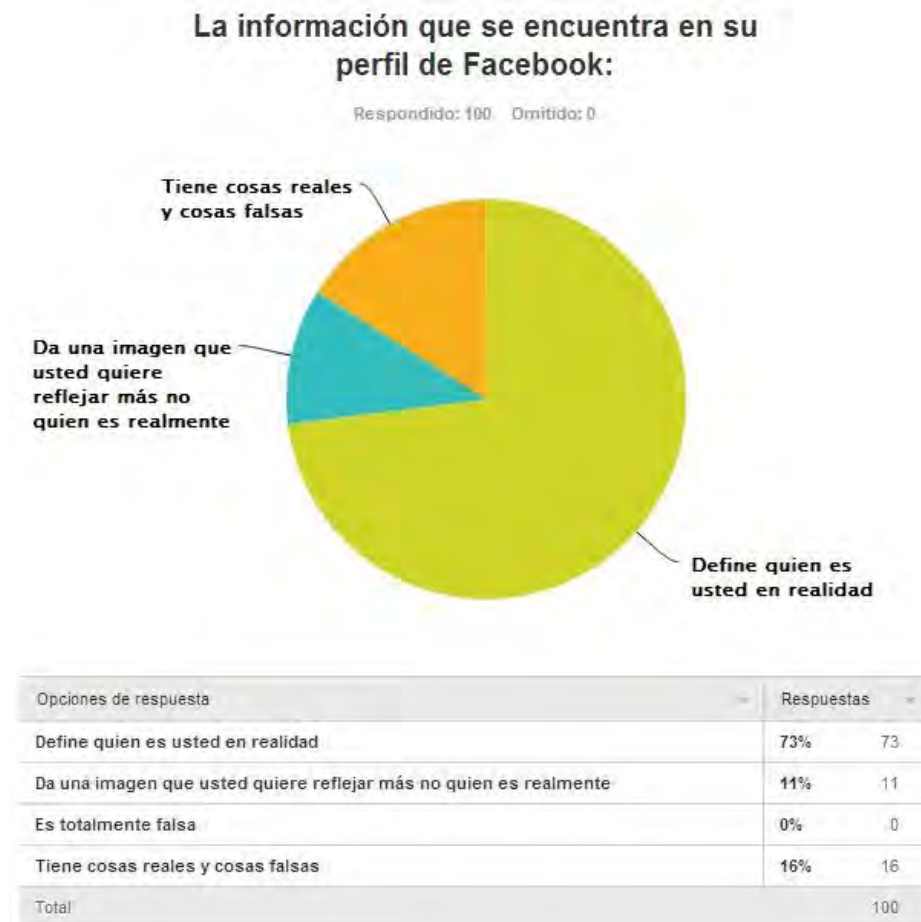
Más del 74% de las personas encuestadas indicaron que son usuarios de la red social Facebook desde hace más de 3 años, mientras que más del 17% dijo tener perfil en Facebook desde hace de 2 a 3 años.

**Figura 9 Pregunta 10.**



Aunque el 73% de los encuestados aseguraron que la información que se encuentra plasmada en sus perfiles de la red social Facebook es totalmente coherente con la realidad, el 16% aseguró que sus cuentas en la red social tienen cosas reales y cosas falsas.

**Figura 10 Pregunta 11.**



### **9.3 PERFILES ANALIZADOS DE USUARIOS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK: CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A TRAVÉS DE PRÁCTICAS**

Comprender las prácticas de construcción desde un sentido cultural, remiten a evaluar a un autor como Stuart Hall, teórico cultural y sociólogo jamaquino que en su obra <sup>27</sup> „Estudios culturales: dos paradigmas“, identifica bajo el término cultura, dos vertientes desde las cuales se puede definir el sentido del término. Uno parte desde la cultura como un conjunto de descripciones disponibles desde las cuales las sociedades logran dar sentido y reflexionar en torno a experiencias de tipo común. Siendo así, se adopta la cultura como ordinaria, algo que pasa a lo común, ya que no es dominio de unos pocos, se convierte en algo genérico. De este

27

HALL, Stuart. Estudios Culturales: Dos Paradigmas. Revista Causas y azares, N° 1, 1994. (En línea). Consultado: 30 de abril 2014 Disponible en: <http://estudioscultura.wordpress.com/category/teoricos/stuart-hall/>

modo, la sociedad constantemente se reproduce a sí misma, desde las diversas aristas.

Por otra parte, se hace una acepción del término cultura de una forma más antropológica, como práctica social, como forma de vida. Pero más allá de hacer una simple enumeración de aspectos y comportamientos, hábitos o costumbres de individuos dentro de un contexto, se trata de ver cómo la cultura se encuentra superpuesta ante todo el conjunto de prácticas sociales, ya que finalmente se adopta como una suma de interrelaciones.

Aunque son dos polos distantes en cuanto a la noción de cultura, las dos posturas pueden ser útiles en el momento de reconocer el proceso de la elaboración de una identidad a través de prácticas, ya que en las dos se da cabida a lo vivencial, a la experiencia de los individuos para ir definiendo comportamientos que se trasformarán en prácticas.

Siguiendo la línea de la importancia de la experiencia de los sujetos en cuanto a la construcción de identidad a través de ciertas prácticas, se encuentra el postulado de Peter Belger y Thomas Luckmann, en su libro <sup>28</sup> „La construcción social de la realidad“, el cuál, adopta la posición de que la realidad de la vida cotidiana es algo que se experimenta desde lo vivencial, desde la experiencia de encontrarse con el otro frente a frente y reconocer las respuestas que este semejante realiza con respecto a unos comportamientos iniciales. Ver el rostro del sujeto responder a comportamientos que lanzan mensajes iniciales. Responder sonrisa con sonrisa, expresión de angustia o disgusto a un ceño fruncido, son cosas que solo son evidentes a través de la experiencia que expone el encontrarse frente a frente en un espacio tangible.

Según esto, ninguna otra situación logra dejar al descubierto la realidad de subjetividades que rodean el comportamiento del ser, como lo hace la relación cara a cara. Solamente así el otro y su subjetividad se encuentra realmente próxima al sujeto del mensaje inicial, ya que solo en esta situación el otro es totalmente real, palpable. Aun cuando se sostiene una interacción lejana a través de correspondencia con otro sujeto, este solo adquiere una posición real cuando está cara a cara. Sin embargo, estas situaciones se encuentran sobre cargadas de subjetividades, donde se actúa conforme a lo que se cree que el otro intenta expresar o comunicar. Esto genera un margen de error en el comportamiento, ya que aun cuando un sujeto identifica comportamientos hostiles por parte del otro y

---

<sup>28</sup> BELGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. La construcción social de la realidad. Amorrortu editores. Pag. 46

actúa haciendo frente a una relación hostil, el sujeto aparentemente hostil, puede que esté actuando bajo otro comportamiento distinto al que está dando a interpretar.

Esto significa que los comportamientos de cada individuo se realizan siempre esperando una reacción por parte de otro sujeto expectante. Siendo así, se cumple la teoría del filósofo francés Tzvetan Tódorove su obra <sup>29</sup> „La Vida en Común”, en la cual expone que el hombre es un ser netamente social, un individuo con las constantes exigencias de desconocer otro entorno en el cual no sea social. Postula entonces que el ser está condenado a la necesidad del reconocimiento por el otro. La felicidad del individuo está directamente conectada a los demás, a lo que los otros individuos sociales le condicionen. La vida en común, en sociedad, garantiza una felicidad al ser a través del reconocimiento del otro hacia sí mismo. En este sentido, cada comportamiento o práctica que este realiza, está estrictamente ligada a una respuesta de los demás. Se existe a través de la mirada y el reconocimiento del otro.

Es así como para Todorov, la mirada del otro es la que permite saber que se existe, ya que en el momento en que se experimenta la sensación de ser ignorado por los sujetos del entorno social, se deja de existir.

Se puede entonces resaltar que las prácticas no solo se modifican a través de las experiencias dentro de un grupo social, sino que estas toman fuerza a través de una confrontación cara a cara con el semejante y aún más relevante, toman valor con la aceptación de ese otro.

En el trabajo de investigación de la Universidad Nacional denominado <sup>30</sup> „La construcción de identidad a partir de prácticas y ritos religiosos populares entre los fieles de Maria Rosa Mística”, deciden comprender el término Cultura de manera relacional y situacional, abordando los conceptos y posturas del teórico Pierre Bordieu. Se plantea entonces la posibilidad de la estructuración de una identidad cultural a través de dos vertientes de medios distintas: la Objetiva y la Subjetiva. La corriente objetivista postula la existencia de una identidad cultural en el sujeto, como la marca indeleble que en él mismo se plasma desde su origen, ya que el sujeto nace bajo un contexto que impone en él unas tendencias que lo definen culturalmente de una vez y para siempre.

---

<sup>29</sup> TÓDOROVE, Tzvetan. La Vida en Común.

<sup>30</sup> Ritos religiosos. (En línea). Consultado: 03 de mayo del 2014. Disponible en: <http://www.fcp.uncu.edu.ar/upload/ritos%20religiosos.pdf>



Por otro lado, la corriente subjetivista considera que el sujeto va forjando su cultura considerándola no como algo que se estructura o define de una vez y para siempre de manera permanente. Esta corriente concibe la identidad como un fenómeno etno-cultural que no es más que un sentimiento de pertenencia o identificación con un colectivo y lo que esto encierra.

Conociendo estas dos posibilidades, se retoma a Bourdieu para comprender desde la teoría relacional, la identidad cultural como una construcción a partir de prácticas. Para el teórico, estas prácticas de identidad se dan bajo el marco de la subjetividad del agente y la objetividad de las estructuras anteriores del mismo. Es decir, se adoptan las dos posibilidades con el fin de comprender la identidad como un proceso de construcción.

Según Bourdieu, la sociedad moderna se encuentra estructurada bajo diversos campos (social, político, artístico etc.) que funcionan de manera independiente. El denominado habitus, es el concepto que explica el proceso mediante el cual lo social se interioriza en individuo y logra que las estructuras objetivas empiecen a concordar con las subjetivas.

Es posible entonces considerar la Cultura, como un proceso de objetividades (agentes de origen del individuo) y subjetividades (agentes influyentes de contexto en el individuo) en el cual se va construyendo una identidad a partir de prácticas. Luego de comprender a fondo los procesos de construcción de identidad cultural dentro de un grupo social, es indispensable vislumbrar dichos procesos dentro de un entorno virtual, para ser más específicos, dentro de la red social Facebook. En el libro „En el acuario del Facebook“, se exponen los temas de homofilia y voyerismo, estos dos como fenómeno de las comunidades de la red social.

La <sup>31</sup>homofilia hace referencia al fenómeno social mediante el cual las personas buscan relacionarse con otros que se asemejen a ellos y de esta forma iniciar una relación con prácticas comunes e ideologías muy afines. Y en cuanto al voyerismo, se hace referencia a encontrar placer mediante la contemplación del otro en algún acto cualquiera. Por lo general se le relaciona con temas sexuales, en este caso se relaciona con la contemplación de las prácticas de los demás en un entorno social.

---

<sup>31</sup> Wikipedia. Homofilia. (En línea). Consultado: 6 de mayo del 2014. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Homofilia>

Si la red social Facebook es un espacio mediante el cual sus usuarios han adoptado una posición homofílica y buscan relacionarse con símiles para llevar a cabo prácticas comunes legitimadas por un grupo social y un espacio que promueve el voyerismo, la complacencia de los actos propios mediante la constante observación de quienes se encuentran en su entorno, entonces se puede articular con postulados de los teóricos anteriormente tratados, concluyendo de manera parcial, que la cultura dentro de la red social se construye a través de prácticas ejercidas y la aceptación de las miradas de los otros.

Analizar el comportamiento de los usuarios de la red social Facebook dentro de un rango específico de edad, permite visibilizar aspectos y prácticas que se pueden conjugar en triangulación con postulados teóricos. En el deseo de conocer un poco cómo se comportan los usuarios de la red social, se emprende un proceso de análisis de la actividad cotidiana de estos, dentro de su entorno virtual, haciendo referencia exclusiva a las publicaciones que hacen en sus muros.

Si se adopta la cultura como un proceso que se da mediante prácticas sociales interacción, como lo propone Stuart Hall y concibe la identidad como producto de comportamientos y prácticas que generan una aceptación dentro del grupo social, se pueden resaltar conductas que remiten a una serie de prácticas de construcción de identidad dentro de la red social.

Pero ¿en qué aspectos iniciales radica la construcción de una identidad dentro de la red social?

El usuario de Facebook se vale de las herramientas que esta le otorga para poder construir un imaginario de él mismo, dentro de la comunidad virtual. El simple hecho de tener la oportunidad de otorgarse un nombre desde sus propias facultades y consentimiento, la dan cierta libertad de ir elaborándose y re elaborándose cada vez que lo desee dentro de su proceso de construcción de identidad.

#### Ilustración 5. Nombre y alternativo



Fuente: <https://www.facebook.com/andrex.gxon?fref=ts>

Se enfrenta entonces el usuario de la red social, a la posibilidad de establecer para sí mismo un nombre, que bien puede corresponder a la realidad, o puede responder a un sobrenombre con el cual el usuario se vea identificado. A diferencia de la realidad social, esta es la oportunidad que Facebook le brinda al usuario para que escoja cómo desea ser identificado dentro de la comunidad.

La necesidad del usuario de definir claramente quién es dentro de la comunidad virtual o dentro de la red social, lo llevan a establecer junto con su nombre, otra serie de factores a mostrar. Su imagen, será el primer impacto que generará ante los ojos de los otros usuarios. Es por esto que en el ejercicio de la construcción de un „YO“ virtual, el usuario deberá tener claro qué quiere que los demás vean de él, así, irá definiendo de manera paulatina pero evolutiva, cómo quiere mostrarse en sus distintivos gráficos y visuales y en los otros aspectos que son básicos del reconocimiento en la comunidad, como el nombre o el nombre alternativo.

#### Ilustración 6. Nombre y alternativo 2



Fuente: <https://www.facebook.com/ApHxSoLdleRxNj?fref=ts>

## Ilustración 7. Perfil 1



Fuente: <https://www.facebook.com/jefrii.lopezz?fref=ts>

La elaboración de discursos dentro de la red social, se realiza a través de dinámicas de publicación. El ejercicio de construir textos comunicativos identitarios desde la práctica de la publicación, permite elaborar un sentido de lo que el usuario es frente a su comunidad. La actualización constante de estado, posibilita enviar el mensaje a la comunidad, de permanecer totalmente conectado a la red. Entre más tiempo le dedique a estar en la red, más actualizado se mantendrá de lo que sucede dentro de la misma.

A parte de esto, tanto los estados en texto, como las imágenes y videos que se actualizan, van elaborando un imaginario del usuario dentro de la red social. Aquel que se encuentra identificado por un ritmo musical en especial, un partido político, una ideología religiosa, ambiental, social, deportiva, o simplemente se ve identificado con un grupo cualquiera, empezará a elaborar sus discursos identitarios a través de prácticas que demuestren sus gustos.

## Ilustración 8. Perfil 2



Fuente: <https://www.facebook.com/brsdawer?fref=ts>

Definir gustos por ciertos grupos musicales, artísticos, deportivos, gustos por actores, películas, lugares, ideales, dentro de la red social, genera otro discurso de identidad mediante el cual se elabora poco a poco una estructura de reconocimiento del usuario por parte de la comunidad.

## Ilustración 9. Perfil 3



Fuente: <https://www.facebook.com/vane.l.prado?fref=ts>



Poco a poco se van conformando grupos comunes de personas que habitan la red social y que comparten gustos, hobbies, intereses y generan eventos de amigos con intereses y amenidades comunes. Se vuelve común encontrar grupos de personas gustos de géneros musicales, equipos de fútbol y hasta de género y tendencias sexuales. Esto último podría confirmar el fenómeno de la homofilia, los usuarios de la red social interactúan y arman grupos de amigos con tendencias similares que los llevan a realizar prácticas comunes con las cuales se sienten identificados.

Se deduce como prácticas de construcción de identidad dentro de la red social Facebook, aspectos básicos como la elaboración de un nombre, un nombre alternativo, una imagen gráfica, la estructuración de un discurso identitario a través de publicaciones gráficas, audiovisuales o textuales. Aun así, existe otro tipo de prácticas que tienen fines identitarios y de aceptación social dentro de la red social.

El uso de la herramienta „Me Gusta“ en Facebook, toma un significado de aprobación por parte de la comunidad. Entre más número de „likes“ tenga la publicación, más estatus va obteniendo el dueño esta. Se busca entonces una aceptación social en un medio virtual a través del número de clics que se haga sobre una herramienta que se convierte en un índice de plausible.

#### Ilustración 10. Estado 1



Fuente: <https://www.facebook.com/murcia.rodriguez.5?fref=ts>

En este sentido, las publicaciones que se realizan en la red social funcionan en sentido de esperar una respuesta por parte de la comunidad. La importancia de las publicaciones radica en el alcance y la respuesta que esta tenga. El número de „likes” sería un indicador de reconocimiento en la comunidad de Facebook, lo cual concuerda con el postulado de Todorove.

Es entonces Facebook un espacio de acción y reacción, un lugar que genera un constante intercambio de mensajes, todo en direccionado a una interacción que va fortaleciendo la identidad de los usuarios dentro de su entorno. En el documento <sup>32</sup>“Redes Sociales-Fortalecimiento de la Sociedad Civil”, se toma el término de red social como una forma de interacción social, que se encuentra definida por un constante intercambio dinámico entre personas. Un sistema abierto de interacción entre los integrantes de la red.

Se explica además que la identidad del sujeto dentro de la red social, ya no depende de una inclusión a una clase o grupo social, sino al reconocimiento de este ante diferentes comunidades virtuales. Un proceso de aceptación y reconocimiento mutuo. El hecho de pertenecer a una red social, promueve la interacción constante y el reconocimiento en busca de una integración de los usuarios. Esto explicaría la necesidad de respuesta ante cada publicación, lo cual se satisface con el número de „likes” recibidos sobre esta.

Lo anterior es evidenciable mediante la herramienta que tiene la red social Facebook, con la cual permite a los usuarios saber qué amigos cumplen años en el día y brinda la posibilidad de escribir en sus muros un mensaje. Se da gran relevancia al ejercicio de la interacción y el continuo reconocimiento del otro como sujeto dentro de la comunidad virtual.

### Ilustración 11. Cumpleaños 1



Fuente: <https://www.facebook.com/>

<sup>32</sup> Redes Sociales-Fortalecimiento de la Sociedad Civil. Pag. 2

En el artículo publicado por la Universidad de Medellín denominado „<sup>33</sup>Las redes sociales de internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios”, se trata el tema de la relaciones interpersonales dentro de las redes sociales. En ella se habla de que las internet a través de las redes sociales, han permitido que las personas logren entablar comunicación luego de estar aisladas por motivos o circunstancias externas a ellos. Esto hace la red más atractiva. Es así como se van formando comunidades sociales dentro de un ciber espacio. Aun de este modo, lo anterior no excluye a las personas sin aislamiento de encontrar gran motivación por pertenecer a una comunidad virtual dentro de una red social. En el libro <sup>34</sup>„Vínculos virtuales”, el autor realiza un análisis de las interrelaciones dentro de la red social Facebook y descubre comportamientos de tipo identitario que expone de manera clara. Inicia aseverando que el hecho de tener la posibilidad de compartir en poco tiempo desde pensamientos, hasta estados de ánimo y ocupaciones inmediatas con centenares de personas, hace del sitio un “espacio clave a la hora de pensar sobre las maneras como interactuamos con los otros en un mundo contemporáneo”.

El cambio de la concepción de comunicación se hace vidente según el autor, a través del hecho de no necesitar una interacción directa cara a cara con las demás personas para poder estar al tanto de la actualidad de la vida de quienes hacen parte de la red de amigos. Afirmo además que en Facebook la vida de los demás está al alcance de un clic. Una de las prácticas perceptibles se ha dado gracias a la herramienta que Facebook implementó en el último año, que permite a los usuarios publicar el estado de ánimo que tienen en el momento.

---

<sup>33</sup> PARRA, Castrillon Eucario. Las redes sociales de internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. Universidad de Medellín 2010. Pag. 4

<sup>34</sup> SANABRIA, Fabián (editor y compilador). Vínculos virtuales. Universidad Nacional de Colombia. Página 31. Mayo del 2011.



### Ilustración 11. Imagen de estado



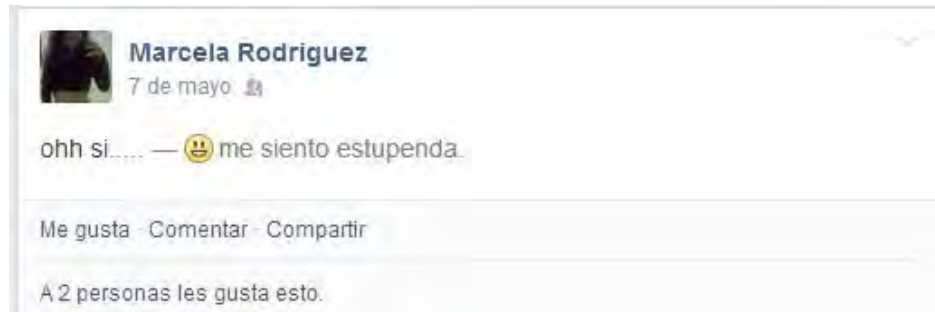
Fuente: <https://www.facebook.com/jelo.sua.1?fref=ts>

### Ilustración 12. Ánimo 1



Fuente: <https://www.facebook.com/valentina.uruena?fref=ts>

### Ilustración 13. Ánimo 2



Fuente: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000024672727&fref=ts>

En escenarios como el amor, expone que para experimentar este sentimiento en un mundo virtual, se generan dos escenarios: uno el de la construcción de una identidad enmascarada y retocada relacionada con la premisa de construir lo que se quiere que el otro crea que se es. Y en una segunda instancia, un sitio de ilusiones y esperanzas basadas en la ficción en la cual se recrean dramas.

También se adentra en el tema de la construcción de una identidad dentro de la red social. El "libro del rostro" como el autor denomina al Facebook, es para él un espacio de virtualización de la identidad, donde se mezcla la ficción y la realidad para construir un imaginario que se quiere mostrar. Es a través de la construcción del perfil como se elabora una identidad y se recurre a validar información allí plasmada (como teléfonos, correos electrónicos, estudios cursados, lugar de residencia, trabajo y gustos) con acciones y tendencias, como publicar fotografías y elaborar álbumes con imágenes de sonrisas, mascotas disfrazadas, lugares visitados y cosas por el estilo.

En algunas ocasiones se hace evidente la desdicha de un usuario al recibir una decepción amorosa ya que este la expresa en sus estados y canciones publicadas. Ante todo lo anterior el autor dice estar hablando de una construcción estratégica de identidad y su exposición pública.

Por último se habla sobre la posibilidad que Facebook le otorga a sus usuarios de representarse a sí mismos como una persona distinta, rayando con lo ficcional y siendo una vía de escape de la realidad para las personas. Todo esto sobre el sentido de querer ser lo que la comunidad virtual quiere ver.

## 10 CONCLUSIONES

Luego de registrar las actividades que los jóvenes entre los 15 y los 24 años realizaban en la red social Facebook, examinar los contenidos que publicaban constantemente incluyendo las modificaciones de la información de sus cuentas y caracterizar las partes mediante las cuales Facebook brinda la posibilidad a sus usuarios de construir una identidad, se lograron vislumbrar ciertas prácticas que son ejercidas por los usuarios con el fin de edificar una imagen dentro de la red social.

La red social Facebook es un espacio virtual que ofrece a sus usuarios la posibilidad de construir y modificar constantemente la imagen que ellos quieren mostrar ante la comunidad virtual que hace parte de este entorno. Para un usuario de la red social es vital mantener en contacto e informado de lo que constantemente se va presentando en la desafortunada actividad de la red social. Esto lo demuestra el resultado de la encuesta en donde el 82% de los usuarios encuestados se conectan a diario a la red social y el 41% permanecen un mínimo de 2 horas en actividad de la red social.

Facebook se ha convertido en un lugar recurrente para las personas. Quienes que encuentran en el rango de edad de los 17 a los 20 años predominan en la red social (dentro del rango estudiado). Mantenerse en contacto con otros que se encuentran lejos, estar constantemente informados de lo que sucede en el mundo y hacer amistades, son los objetivos principales que sostienen los usuarios de la red social.

Desde la estructura de la página de perfil que Facebook otorga a sus usuarios, les ofrece una gran cantidad de posibilidades y puntos específicos desde los cuales pueden construir una identidad a través de pequeñas prácticas.

La práctica de utilizar la foto de perfil y la foto de portada como elemento de construcción de identidad; el uso del cuadro de información del usuario dueño del perfil (información sentimental, de origen y de radicación, de estudio y de trabajo); la actualización de estados con texto, imágenes y enlaces; el uso de emoticones en el chat como una manera de comunicar; y las interacciones como dar „like“ y compartir sobre información de otros usuarios, van construyendo una identidad propia del usuario frente a la comunidad virtual de Facebook.

Desde el momento en el que el usuario inicia con una cuenta en la red social, se encuentra con una cantidad de posibilidades. Facebook le da la oportunidad de mostrar un rostro, el que desee, ante la comunidad con la cual se está enfrentando. Fácil es mostrar una imagen totalmente distinta a la real. Crear un perfil lejano a la realidad, lleno de virtudes y carente de defectos, con el cual se busca ser más llamativo ante la comunidad virtual. El 16% de las personas encuestadas confesó que su perfil en la red social tiene cosas reales y cosas falsas, mientras que el 11% dijo que su perfil en Facebook da una imagen que se quiere reflejar, mas no la real. Esto confirma lo fácil que puede resultar alterar la información personal en una red social que funciona en un espacio virtual intangible.

Por medio de las fotos de portada es posible que el usuario se identifique como perteneciente a algún grupo social, o quizá que tenga empatía con alguna filosofía o una organización. Es muy común encontrar fotos de portada de equipos de fútbol, partidos políticos o incluso mensajes religiosos. La foto de portada es predominante en el perfil del usuario, es quizá una de las primeras cosas que los demás usuarios al visitar el perfil de alguien en particular pueden ver. Es por eso la importancia de esta imagen en la definición o estructuración de una identidad en el perfil.

La foto de perfil es una herramienta de gran importancia para los usuarios de Facebook. El alcance que tiene la imagen que aquí se plasma, le da una relevancia mayor a otros aspectos, ya que esta foto aparecerá en las ventanas de chats, en las publicaciones que se hacen, en los motores de búsqueda y es la imagen que primero se visualiza cuando se trata de establecer un vínculo con otro usuario.

Los usuarios de la red social la adoptan como una útil e importante herramienta para encontrar personas y establecer un constante contacto con ellas. A pesar de brindar posibilidades de comunicación que puede ser útil para procesos académicos y laborales, es evidente que en los usuarios predomina la posibilidad de conocer personas y estar en contacto con personas conocidas que se encuentran lejos.

Si bien, como en algún momento de la investigación se planteó, tipificar las prácticas de construcción de identidad resultaba complicado y casi inviable, se pueden establecer unos puntos desde los cuales es posible deducir las tendencias, las maneras de actuar en la red social, que permiten que el usuario construya una identidad y elabore una imagen de sí mismo ante la comunidad virtual.

Acciones como modificar las fotos de portada y de perfil, van estrictamente ligadas a la necesidad de reacción de los demás usuarios ante esta novedad. El número de „Me gusta” en el cambio al igual que en las publicaciones que se realicen, generan un impacto negativo o positivo en la vida del usuario dentro de la red social, ya que así se determinará su nivel de aceptación. Se busca captar el mayor número de „Me gusta” dentro de cada modificación o actualización del perfil para sentir un reconocimiento y aceptación.

## 11 RECURSOS

### 11.2 TALENTOS HUMANOS

- ▲ Director de trabajo de grado
- ▲ Comunicador social
- ▲ Expertos en gestión del conocimiento

### 11.3 RECURSOS MATERIALES

- ▲ Papel para impresión
- ▲ Impresora
- ▲ Computador
- ▲ Teléfono
- ▲ Internet
- ▲ Documentación
- ▲ Transportes

### 11.4 CUADRO DE PRESUPUESTOS

Cuadro 3: presupuestos del proyecto

| <b>Concepto</b>                 | <b>Costo total en el proyecto</b> |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Papel para Impresión            | \$ 7.000=                         |
| Impresora                       | \$10.000=                         |
| Teléfono                        | Se incluye en el plan de internet |
| Internet y cómputo por 10 meses | \$400.000=                        |
| Transporte                      | \$ 50.000=                        |
| Imprevistos                     | \$30.000=                         |

## 12 CRONOGRAMA

Responsables: Alexander Corrales; Miguel Velásquez

### Cronograma de Actividades

**Cuadro 4: cronograma**

| N° | Actividad   | Fecha Inicio | de Duración | Fecha Final |
|----|---|--------------|-------------|-------------|
| 1  | Investigación de usuarios, recolección de información.<br>Responsable:<br><b>Alexander Corrales</b><br><b>Miguel Velásquez</b>  | 15/06/2013   | 60          | 15/08/2013  |
| 2  | Diseño de entrevistas<br>Responsable:<br><b>Alexander Corrales</b>  | 15/10/2013   | 30          | 15/11/2013  |
| 3  | Ejecución (Recolección de información)<br>Responsable:<br><b>Alexander Corrales</b><br><b>Miguel Velásquez</b>  | 27/01/2014   | 30          | 08/02/2014  |
| 4  | Análisis de datos recolectados (Prácticas de creación de identidad en la red social Facebook de jóvenes entre los 15 y 24 años de edad)<br>Responsable:<br><b>Alexander Corrales</b><br><b>Miguel Velásquez</b> | 16/02/2014   | 20          | 02/03/2014  |

## **BIBLIOGRAFÍA**

AGUILAR RODRIGUEZ, Daniel E. Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales y Virtuales: Caso Facebook. Julio de 2010. Pag. 11.

AGUILAR RODRIGUEZ, Daniel. SAID HUNG, Elías. Identidad y Subjetividad en las Redes Sociales Virtuales: Caso Facebook. 2010

BOURDIEU, Pierre. (1985). The social space and the genesis of groups. Theory and Society, 14 (6), Pag 723-744

DOLORES CÁCERES, María. Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. 2009

Formato virtual de encuesta realizada en la investigación. Disponible en: <https://es.surveymonkey.com/s/FN8CVZP>

GOFFMAN, Erving. ( 1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu editores, S. C. A., Luca. Buenos Aires.

GOFFMAN, Erving. De personas, rituales y máscaras. (En línea) Consultado 12 de octubre del 2013. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=199018964005>

HALL, Stuart. Estudios Culturales: Dos Paradigmas. Revista Causas y azares, N° 1, 1994.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Jóvenes: comunicación e identidad. (En línea) Revista virtual: Pensar Iberoamérica. Febrero del 2002. (Consultado 13 de septiembre del 2013). Disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

MCLUHAN, Marshall. LA GALAXIA GUTENBERG.. Editorial Aguilar de España. 1969

PERINAT, Adolfo. Notas Sueltas Sobre Signo, Significado y Símbolo. 1997-98



RUEDA ORTIZ, Rocío. Apropiación social de las tecnologías de la información: ciberciudadanías emergentes. (En línea) Página de la Universidad Santiago de Cali. Diciembre del 2005. (Consultado 15 de febrero del 2014). Disponible en: <http://investigacion.ilce.edu.mx/tyce/41/art2.pdf>

SAMPSON, Anthony. Hacia un marco conceptual, Funciones y Sentidos de la Cultura.

Torres Russi, ANDRES FELIPE. Vega, Cogollos, VALENTINA MARÍA. Creación, Aparición y Desarrollo de la Identidad en las Redes Virtuales. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

## ANEXOS

### ANEXO A. INSTRUMENTOS

#### 12.2.1 Formato de Encuesta

**P1** Por favor escriba aquí su edad.

|    |    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|----|
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |    |

**P2** Por favor señale su sexo.

Masculino

Femenino

**P3** Señale por favor cuál de las siguientes opciones dan cuenta del mayor motivo por el cual usted accede a la red social Facebook.

Hacer amistades

Llevar a cabo actividades laborales

Llevar a cabo actividades académicas

Acceder a información actual

Mantener contacto con familiares y amigos

**P4** Indique cuántas veces a la semana accede a la red social Facebook.

1-2 veces por semana

2-3 veces por semana

4-5 veces por semana

Todos los días

**P5** Indique cuántas horas acostumbra a estar en Facebook.

1-2 horas

3-4 horas

5-6 horas

Más de 6 horas

**P6** Indique por favor de 1 a 5 cuál es el principal uso que le da a la red social Facebook, siendo 1 el rango de menor uso y 5 el de mayor uso.

Comunicarse con personas del trabajo o estudio

Comunicarse con familiares

Conocer personas

Mantener una red de amigos

Buscar información actual

**P7** Señale cuál de las opciones que tendrá a continuación, es la más idónea para complementar la siguiente frase.

“Como herramienta para conocer y mantener contacto con personas Facebook es una herramienta...”

Muy importante  
Importante  
Poco importante  
Nada importante

**P8** Indique el tiempo aproximado que lleva con su perfil de Facebook  
Menos de un año  
1 a 2 años  
2 a 3 años  
Más de 3 años

**P9** Qué porcentaje de sus amigos de Facebook conoce personalmente.  
100 %  
70%  
50%  
20%  
Menos del 10%

**P10** La información que se encuentra en su perfil:  
Define quien soy en realidad  
Da una imagen que quiero reflejar más no quien soy  
Es totalmente falsa  
Es totalmente coherente con la realidad

### **12.2.2 Formato de Entrevista**

¿Su nombre en Facebook corresponde al de su vida real?  
¿Para qué utiliza la opción de nombre alternativo?  
¿La foto de perfil y de portada corresponden a algo de su personalidad?  
¿La información de su perfil es real, falsa o término medio?  
¿Para qué utiliza el espacio de Estado?  
¿Le importa cómo lo vean en la red social?  
¿Le importa el número de „Me gusta” en sus publicaciones?  
¿Conoce a todos sus amigos en Facebook personalmente?  
¿Felicita a sus amigos que cumplen años por la red social?  
¿Por qué le da „Me gusta” a otras publicaciones?

De estas entrevistas realizadas, se obtuvo formación sobre el comportamiento de los usuarios dentro de la red social y los usos que le dan a las distintas herramientas que Facebook les otorga. Los entrevistados afirmaron que sí publican y construyen su identidad dentro de la red social, esperando una reacción por parte de la comunidad virtual. Además, que es importante mantener unas relaciones entre usuarios, por tal motivo se felicita en Facebook a quienes cumplen años o se le da un „Me gusta” a quien publica algo con aceptación dentro de la comunidad.

### **12.2.3 Grupo Focal**

- ¿Por qué les gusta Facebook?
- ¿Es importante la imagen en Facebook?
- ¿Cómo sé que soy popular en Facebook?
- ¿En Facebook se siente como en comunidad?
- ¿Cómo se muestran y para quién se muestran en la red social?

Del grupo focal se obtuvieron respuestas que aseguraron que el nivel de aceptación en la red social puede ser medido por el número de „Me gusta” de las publicaciones y el número de amigos que se posee. Mientras el usuario incrementa su red de amigos, más debe cuidar su imagen para que pueda sostener una aceptación dentro de la comunidad. Una de las respuestas llamativas dentro del grupo focal, fue una analogía entre el Facebook y la calle, lo cual remitía a la idea que en la red social se sostenía constantemente una interacción entre usuarios.